



ACADEMIA MILITAR

A Guarda Nacional Republicana e os Órgãos de Comunicação Social

Ações reativas e pró-ativas da GNR perante os media

Autor: Daniel dos Santos Matos

Aspirante de GNR-Infantaria

Orientador: Prof.^a Doutora Ana Romão

Coorientador: Major Gonçalo de Carvalho

Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada

Lisboa, Agosto de 2013



ACADEMIA MILITAR

A Guarda Nacional Republicana e os Órgãos de Comunicação Social

Ações reativas e pró-ativas da GNR perante os media

Autor: Daniel dos Santos Matos

Aspirante de GNR-Infantaria

Orientador: Prof^ª. Doutora Ana Romão

Coorientador: Major Gonçalo de Carvalho

Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada

Lisboa, Agosto de 2013

Dedicatória

Aos meus Pais e demais Familiares.
Em especial aos meus Avós que já faleceram.

Agradecimentos

A elaboração de um Trabalho de Investigação Aplicada cuja finalidade é a obtenção do grau de Mestre, neste caso Mestrado em Ciências Militares – Especialidade Segurança, é algo que requer uma investigação aprofundada e que envolve a colaboração de pessoas com conhecimento e domínio no tema a desenvolver.

Uma vez que isoladamente tal não seria possível, enalteço a oportunidade facultada que possibilita demonstrar o meu agradecimento sincero a todas as pessoas que me ajudaram, direta ou indiretamente, na realização desta investigação.

Começo por agradecer à minha orientadora, Professora Doutora Ana Romão e ao meu coorientador, e Major Gonçalo de Carvalho, pela disponibilidade incondicional, pelos contributos dos seus conhecimentos ímpares nesta área e pela partilha de experiências vividas no decorrer das suas carreiras, fruto de um trabalho e dedicação constantes.

Agradeço a todos os entrevistados, pela disponibilidade demonstrada, pela atenção dispensada e por toda a preocupação na procura de mais conhecimento. Estes, além de possibilitarem a realização do trabalho de campo, contribuíram com experiências pessoais bastante enriquecedoras, por si vividas, e que ficarão gravadas na minha memória como inspiração para o desempenho da minha missão futura.

Aos meus cunhados pela sua ajuda na leitura atenta e revisão do trabalho final.

Ao 17º e 18º TPO/GNR, pelo contributo na prossecução dos meus objetivos ao longo dos últimos cinco anos com a coesão, amizade e espírito de entreajuda, em que o período para a realização do trabalho não foi exceção.

Agradeço de forma especial, a todos os meus familiares e amigos por toda a compreensão e amizade demonstradas.

Por fim, pela sua ajuda incondicional e pelo estímulo motivacional constante, deixo um grande reconhecimento, à minha namorada que sempre me apoiou, dando-me forças para que conseguisse chegar aqui e concluir os meus objetivos.

A todos, um Sincero e Grato, BEM-HAJAM!

Resumo

Vivemos numa época em que as instituições estão sujeitas a um forte escrutínio mediático, o qual produz efeitos sobre o modo como os cidadãos encaram estas instituições e a realidade que as envolve. A livre circulação de informação e o seu fácil acesso influencia os comportamentos das sociedades e das instituições, neste caso específico da Guarda Nacional Republicana enquanto veículo comunicacional.

Partindo desta premissa, o presente Trabalho de Investigação Aplicada que se subordina ao tema **“Reações Reativas e Pró-ativas da Guarda perante os Media ”** tem como objetivo analisar as relações existentes entre a Guarda e os OCS, procurando desta forma respostas para eventuais relações futuras, o que inevitavelmente conduzirá a uma perceção mais positiva do trabalho da GNR na sociedade. Este trabalho pretende ainda descobrir que elementos da GNR interagem com os media e quais as razões da sua escolha, bem como, identificar possíveis restrições por parte da GNR na informação fornecida aos media.

O trabalho está dividido em duas partes distintas: a primeira destinada à introdução, apresentação geral do trabalho e revisão de literatura ou “estado da arte” sendo este um levantamento e uma apreciação crítica da literatura correspondente.

A segunda fase apresenta o trabalho de campo realizado com entrevistas, a análise e discussão dos resultados obtidos, resposta às perguntas de investigação e verificação das hipóteses, terminando com conclusões e recomendações futuras.

Com o presente estudo chegou-se à conclusão que um relacionamento eficaz com os OCS, possibilita projetar a GNR para um campo de força de segurança moderna, flexível e em sintonia com a mudança da sociedade atual. Permite chegar mais facilmente ao cidadão pela via comunicacional e ainda incrementar uma atitude pró-ativa para com a sociedade.

Palavras-chave

Guarda Nacional Republicana, Comunicação Social, Informação, Influência e Sociedade.

Abstract

Nowadays the institutions suffer a strong media scrutiny, which is responsible for the way citizens face these institutions and the reality surrounding them. The free circulation of information and its easy access influence the behavior of societies and institutions, including Guarda Nacional Republicana as a means of communication.

On this assumption, the present Applied Research about **“Reactive and Proactive Reactions of Guarda Nacional Republicana before the Media”** aims to analyse the relationship between GNR and OCS, looking for new approaches for the future which, obviously, will improve the image of GNR work in society. It also intends to understand the reasons behind the choice of GNR members who interact with the media, as well as identify possible restrictions on information provided to them. The present study is divided into two distinct parts: the first one includes the introduction, the general presentation of the research and the review of literature, or “state of art”, which consists of a survey and a critical assessment of the relevant bibliography.

The second part presents the experimental work with the interviews, the analysis and the discussion of the results, as well as the answers to the research questions and the verification of the hypotheses, ending with the conclusions and the ongoing.

With this study we came to the conclusion that the relationship, like the media, enables to place GNR into a field of a modern and flexible security force consistent with the changing of our present society. It allows an easier approach to the citizen by means of communication, as well as the incrementation of a proactive attitude towards the society.

Keywords

Guarda Nacional Republicana, mass media, information, influence and society.

Índice

Dedicatória	II
Agradecimentos.....	III
Resumo	IV
Abstract	V
Lista de siglas	XI
Lista de abreviaturas.....	XII

I PARTE - TEORICA..... 1

Capítulo 1 - Introdução..... 1

1.1 Finalidade	1
1.2 Enquadramento e contextualização	1
1.3 Importância da investigação e sua justificação da escolha.....	3
1.4 Definição de objetivos	4
1.5 Questão central	4
1.6 Questões de investigação.....	5
1.7 Hipóteses	5
1.8 Metodologia.....	5
1.9 Enunciado da estrutura do trabalho	7

Capítulo 2 - Revisão de Literatura 8

2.1 Evolução das relações públicas	8
2.2 Influência dos órgãos de comunicação social na sociedade	11
2.3 Delimitação da abordagem	13
2.3.1 Relações públicas	14
2.3.2 Informação <i>versus</i> notícia.....	15

II PARTE - PRÁTICA..... 17

Capítulo 3 - Metodologia e Procedimentos	17
3.1 Metodologia e procedimentos	17
3.1.1 Método de abordagem	17
3.1.2 Procedimentos e técnicas.....	18
3.1.3 Entrevistas	18
3.1.4 Caracterização da amostra.....	19
3.1.5 Meios utilizados.....	20
 Capítulo 4 - Análise e Discussão dos Resultados.....	 21
4.1 Análise das entrevistas.....	21
4.2 Conclusão da análise das entrevistas	29
4.3 Apresentação, análise e discussão dos resultados	29
 Capítulo 5 - Conclusões e Recomendações	 42
5.1 Verificação das hipóteses	42
5.2 Cumprimento dos objetivos.....	44
5.3 Resposta ao problema de investigação	45
5.4 Reflexões finais	45
5.5 Recomendações	46
5.6 Limitações	47
5.7 Investigações futuras	47
 Referências bibliográficas	 48
 Apêndices	 1
Apêndice A - Guião de Entrevista.....	2
Apêndice B1 - Transcrição da Entrevista 1	5
Apêndice B2 - Transcrição da Entrevista 2	11
 Anexos.....	 1
Anexo A - Cartaz do Uncle Sam	2

Anexo B - Quadro Orgânico da Divisão de Comunicação e Relações Públicas	3
Anexo B - Transcrição de parte do regulamento do RGSGNR.....	4

Índice de Figuras

FIGURA 1- ESQUEMA DO MODELO DE INVESTIGAÇÃO A SEGUIR.....	6
FIGURA 2-ESQUEMA DA ESTRUTURA DO TRABALHO	7
FIGURA 3- ORGÂNICA E COMPOSIÇÃO DA DIVISÃO E COMUNICAÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	32
FIGURA 4-A COMUNICAÇÃO.....	36
FIGURA 6-IMAGEM INSTITUCIONAL	38
FIGURA 7-DISTRIBUIÇÃO POR UNIDADES	39
FIGURA 8-TOTAL DE REPORTAGENS POR CANAL.....	41
FIGURA 9-TOTAL DE TEMPOS DE EMISSÃO POR CANAL DE TELEVISÃO	41

Índice de Tabelas

Tabela 1-Characterização da Amostra.....	20
Tabela 2-Análise de resultados da resposta relativo à questão 1	21
Tabela 3-Análise de resultados das respostas relativas à questão 2	22
Tabela 4-Análise de resultados das respostas relativas à questão 3	23
Tabela 5-Análise de resultados das respostas relativas à questão 4	24
Tabela 6-Análise de resultados das respostas relativas à questão 5	25
Tabela 7-Análise de resultados das respostas relativas à questão 6	26
Tabela 8-Análise de resultados das respostas relativas à questão 7	26
Tabela 9-Análise de resultados das respostas relativas à questão 8	27
Tabela 10-Análise de resultados das respostas relativas à questão 9	28
Tabela 11-Análise de resultados das respostas relativas à questão 10	28
Tabela 12-Imprensa Pormenorizada.....	39
Tabela 13-Tempo de Emissão de 2012.....	39

Lista de Siglas

CENJOR	Centro Protocolar de Formação de Jornalistas
CM	Correio da Manhã
CNN	<i>Cable News Network</i> (rede de notícias por cabo)
DCRP	Divisão de Comunicação e Relações Públicas
DN	Diário de Notícias
DPERI	Divisão de Planeamento e Relações Internacionais
EMGNR	Estatuto dos Militares da Guarda Nacional Republicana
GCG	General Comandante Geral
GNR	Guarda Nacional Republicana
JN	Jornal de Notícias
NCMGNRFA	Normas de Colocação dos Militares da Guarda Nacional Republicana e das Forças Armadas em Comissão de Serviço
OCRP	Oficial de Comunicação e Relações Públicas
OCS	Órgãos de Comunicação Social
OG	Ordem á Guarda
OPC	Órgão de Polícia Criminal
RASI	Relatório Anual de Segurança Interna
RDGNR	Regulamento de Disciplina da Guarda Nacional Republicana
RGSGNR	Regulamento Geral do Serviço da Guarda Nacional Republicana
RTP1	Rádio Televisão Portuguesa 1
RTP2	Rádio Televisão Portuguesa 2
RTPN	Rádio Televisão Portuguesa Notícias
SIC	Sociedade Independente de Comunicação
SIC Notícias	Sociedade Independente de Comunicação Notícias
TIA	Trabalho de Investigação Aplicada
TPO	Tirocínio Para Oficiais
TVI	Televisão Independente
TVI 24	Televisão Independente 24

Lista de Abreviaturas

artº	Artigo
et.al	<i>Et aliae</i> (e outros – para pessoas)
H	Hipótese
QD	Questões Derivadas
nº	Número
p.	Página
s.d	Sem data
s/p	Sem página

“Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquirido pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem considerações de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão.”

(art. 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos).

I PARTE - TEORICA

Capítulo 1

Introdução

1.1.Finalidade

No âmbito da estrutura curricular dos cursos ministrados na Academia Militar, surge o presente Trabalho de Investigação Aplicada (TIA), subordinado ao tema “Ações Reativas e Pró-ativas da GNR perante os media”, conducente à obtenção do grau de Mestre em Ciências Militares na especialidade de Segurança. O TIA representa o culminar da formação do futuro oficial da Guarda, visando desenvolver diversas competências, nomeadamente a capacidade para analisar questões complexas e situações novas e não familiares, em contexto alargado e multidisciplinar, entre outras, previstas nas normas específicas do TPO da GNR – Armas. O desenvolvimento dessas competências deve ser conciliado com a possibilidade de tratar um assunto de interesse para a GNR, elaborando um relatório científico com conclusões claras e sem ambiguidades, através de uma reflexão individual e da aplicação dos conhecimentos adquiridos na área de investigação científica ao longo da formação. Assim, um trabalho desta natureza deve contribuir primordialmente para a valorização pessoal do futuro oficial, mas sem perder de vista a valorização da organização com os resultados que do estudo possam advir.

1.2.Enquadramento e contextualização

Numa sociedade globalizada, concorrida e saturada de informação, as organizações que procuram notoriedade têm um cuidado acrescido no relacionamento com os seus diferentes públicos e diferenciam-se muito através da forma como gerem a comunicação. Comunicar de forma pautada e regular, utilizando todos os recursos humanos, materiais e financeiros ao alcance de cada uma é enunciar um posicionamento junto da opinião pública e consolidar uma imagem credível. Cativar os públicos e

satisfazer as suas necessidades, tanto a nível de serviços como a nível informativo, devem fazer parte da rotina diária de instituições que visam angariar valor e reputação. A imagem institucional é construída à volta de ações que, através da comunicação, dão a conhecer a política e cultura institucionais.(Carvalho, 2012)

“Comunicar é tornar comum uma informação, uma ideia ou uma atitude. A comunicação pode e deve ser realizada através de um conjunto de técnicas que constituem o «mix da comunicação». Palavras tão simples como «publicidade», «promoção», «relações públicas», «promoções» e «merchandising», «eventos», «patrocínio», «mecenato» são partes integrantes desse mix” (Caetano e Rasquilha, 2007, p. 96).

Hoje o valor de um serviço, produto, ideia, missão ou marca leva tempo a construir e consolida-se de forma gradual emergindo do modo como se colocou no mercado, ou na sociedade, sob estratégias comunicacionais pensadas ao pormenor e a GNR tem tudo o que é necessário para triunfar nesta área da comunicação. Instituição centenária, onde a missão, a cultura e a política institucional tem um relevo em toda a sua funcionalidade. Instituição que abrange cerca de 95% do território nacional, fator que por si só é gerador de notícias oportunas, pertinentes e em tempo real, notícias que a comunicação social pretende levar a todos os cidadãos. Torna-se por isso necessário que haja uma divulgação das informações recolhidas por todos os Militares, por todos os Postos, Destacamentos, Comandos Territoriais ou Unidades Especiais.

A GNR terá um marketing de relevo se conseguir analisar todas as notícias, fazer uma triagem e por fim fornecer as informações. Com isto, estaríamos a ter uma ação pró-ativa em relação aos Órgãos de Comunicação Social, isto é, não esperar que sejam eles a procurar, mas sim nós a procurá-los de forma a fornecer os pormenores relevantes, sempre acautelando a reserva face às operações ou investigações em curso. Neste âmbito, importa definir o que se entende por ações reativas e pró-ativas.

Ações reativas referem-se à “Postura do sujeito que reage perante os dados da situação. Os manuais de marketing referem esta postura como limitadora da ação do sujeito que procura controlar uma situação, já que ele é determinado pelas consequências dos atos perante os quais reage.” (Infopédia)

As ações reativas têm como principal função agir no imediato e, surgem em momentos em que é necessário resolver a situação sem estar a contar com ela, isto é, “improvisar”. As decisões reativas são, na sua maioria, tomadas num curto espaço de tempo e podem originar novas falhas, precisamente devido ao reduzido espaço temporal

para a tomada da decisão. Estas respostas são tomadas sem fazer uma análise das suas consequências.

As ações pró-ativas dizem respeito a uma “Postura do sujeito que provoca a ação perante os dados da situação. Nos manuais de marketing associa-se esta postura com a capacidade de antecipação dos acontecimentos.” (Infopédia)

A pró-atividade refere-se a uma atitude e comportamento de antecipação e de responsabilização pelas próprias escolhas e ações frente a situações impostas pelo meio envolvente.

No contexto da Guarda Nacional Republicana, e para o desenrolar do trabalho o rol de ações desencadeadas por todo o dispositivo nacional envolve frequentemente contactos com a comunicação social. Assim sendo, estas situações desenrolam-se quer num contexto reativo, isto é, reagir a solicitações dos media, quer num âmbito pró-ativo, promovendo acontecimentos na comunicação social, suscetíveis de integrar a respetiva agenda.

1.3.Importância da investigação e sua justificação da escolha

Nas sociedades contemporâneas, as instituições estão sujeitas a um forte escrutínio mediático, o qual produz efeitos sobre o modo como os cidadãos encaram estas instituições e a realidade que as envolve. No caso das Forças de Segurança, os media podem influenciar, não apenas a imagem dos cidadãos em relação às forças, mas também a própria perceção da segurança. Como diz Arménio Pedroso, “...os órgãos de comunicação social, óbvios mediadores entre a realidade e o público, constituem-se como o mais importante veículo de transmissão dos sinais e percepções que dão forma ao sentimento de (in)segurança” (Pedroso, 2002, p.22).

Sendo a GNR frequentemente objeto de notícia, interessará saber como se organiza a instituição para se relacionar com os profissionais dos media, considerando os recursos existentes e as ações desencadeadas, quer num contexto reativo, isto é, reagir a solicitações dos media, quer num âmbito pró-ativo, promovendo acontecimentos na comunicação social, suscetíveis de integrar a respetiva agenda. Com a realização deste trabalho pretende contribuir-se para um melhor conhecimento da atuação da Guarda Nacional Republicana (GNR) perante os Órgãos de Comunicação

Social (OCS), identificando eventuais dificuldades e, se possível, apresentar propostas para solução de problemas detetados pela pesquisa.

1.4. Definição de objetivos

. Vivemos numa época em que a livre informação e o fácil acesso à comunicação influencia decisivamente os comportamentos individuais e institucionais. A GNR, enquanto instituição ao serviço do cidadão, não se pode dissociar desta realidade em que se encontra inserida. Mais do que criar uma boa imagem, é essencial que a comunicação da Guarda com a comunicação social, com a opinião pública, transmita momentos, atuações e, realidades que mostrem o profissionalismo e a eficácia da instituição.

Neste contexto surge o presente estudo, que pretende analisar as relações entre a Guarda e os OCS, tentando descortinar o seu estado atual e procurar respostas para eventuais relações futuras, tendo em vista uma melhoria das mesmas, o que inevitavelmente conduzirá a uma perceção mais positiva do trabalho da GNR na sociedade. Este trabalho pretende ainda descobrir que elementos, militares da GNR interagem com os media e quais as razões da sua escolha, bem como, identificar possíveis restrições por parte da GNR na informação fornecida aos media.

1.5. Questão central

Como se estrutura a GNR para interagir com os OCS, quer em termos pró-ativos, quer em termos reativos? Esta é a questão que este trabalho procura desenvolver e como cômputo final responder. Os media têm cada vez mais influência nas opiniões públicas e são influenciadores de grandes massas. Torna-se necessário, que as organizações tenham atenção a esta vertente de poder, por forma a utilizá-la ou direcioná-la, para que consigam atingir os seus objetivos. No caso das Forças de Segurança, em que se insere a GNR, torna-se assim particularmente importante veicular a perceções de segurança e de bem-estar público a toda a população.

1.6. Questões de investigação

As questões derivadas elaboradas têm em vista uma restrição da imensa área que envolve esta temática. Responder a estas questões, com as mais diversas análises que se efetuaram, servirá para conseguir atingir os objetivos propostos inicialmente e conseguir efetuar um estudo que possa contribuir para esta instituição. As questões redigidas são:

QD 1 - Quais as repartições\ divisões da GNR responsáveis pela ligação com os OCS e como se relacionam com a estrutura de Comando?

QD 2 - Como se procede à seleção dos Militares da Guarda para interagirem com os OCS?

QD 3 - Existem diretivas claras quanto aos procedimentos a observar na relação com os OCS?

QD 4 - Como interage a GNR no seu dia-a-dia com os OCS?

QD 5 - Como se reflete a visibilidade da GNR nos vários OCS?

Com este leque de questões e com a sua análise procurar-se-á apurar uma convergência dos resultados de forma a poder retirar conclusões quanto à questão central.

1.7. Hipóteses

Em sequência das questões levantadas bem como dos objetivos delimitados, formularam-se as seguintes hipóteses (H):

H1 - Existem restrições por parte da GNR, aos seus militares, referentes aos procedimentos de interação com os OCS.

H2 - Os militares da GNR não têm formação específica na área das Relações Públicas.

H3 - Os OCS e a GNR estão em constante interação no seu dia-a-dia.

H4 - A GNR tem aumentado a sua visibilidade nos OCS.

1.8. Metodologia

O presente trabalho de investigação foi elaborado essencialmente em duas fases distintas.

A primeira fase, foi uma etapa de recolha de elementos bibliográficos e documentais, através de uma consulta de *sites*, de uma análise e investigação da legislação e de documentação existente e atinente ao tema. Posteriormente, efetuou-se uma recolha de informação através de conversas informais, que numa fase inicial constituíram, o principal instrumento de trabalho. Seguidamente, procedeu-se à elaboração do projeto de investigação. Esta fase contribuiu ainda para a formulação correta e objetiva do problema de investigação. Definido o problema de investigação, determinaram-se os objetivos e equacionaram-se as hipóteses.

A segunda fase decorreu durante as 10 semanas, estipuladas para a elaboração dos TIAs dos Alunos Tirocinantes, com início no dia 27 de Maio de 2013 e término no dia 2 de Agosto de 2013, na Escola da Guarda, em Queluz.

Esta fase, iniciou-se com o trabalho de campo propriamente dito através da observação direta e entrevistas. Seguiu-se a análise e discussão dos resultados obtidos durante o trabalho de campo realizado, terminando com a resposta às perguntas de investigação e verificação das hipóteses enunciadas bem como conclusões e recomendações futuras.

A metodologia científica assenta nas etapas do procedimento científico esquematizadas na **figura 1** da seguinte forma:

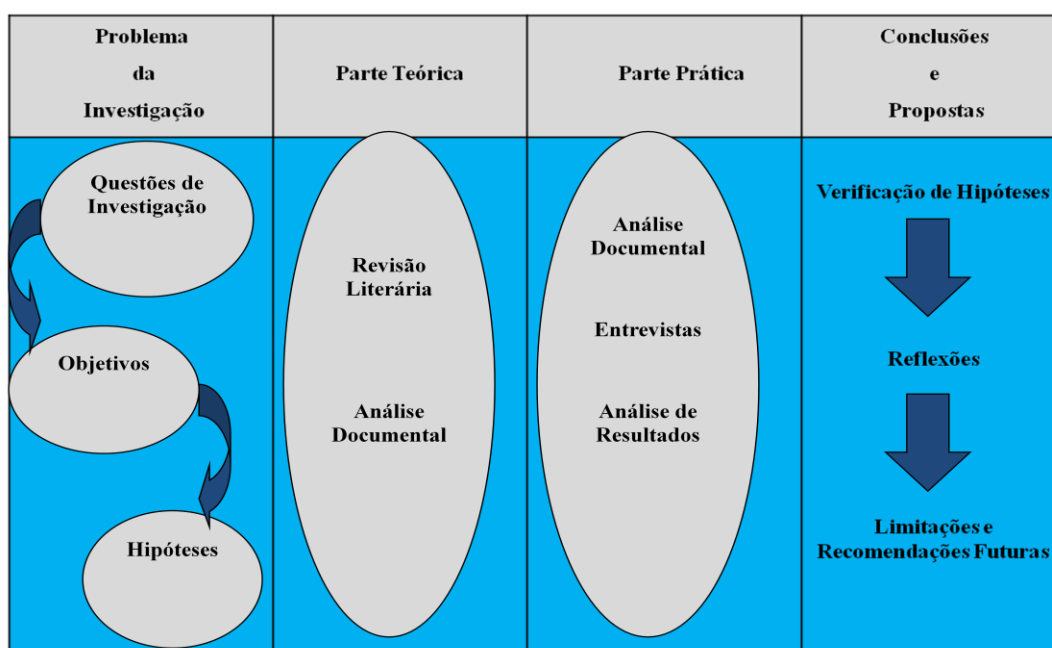


Figura 1- Esquema do modelo de investigação a seguir

1.9. Enunciado da estrutura do trabalho

Este estudo assenta essencialmente em duas facetas distintas, procurando abordar uma vertente contextual e uma componente empírica. Na vertente contextual pretende-se o enquadramento conceptual da matéria em questão quanto à componente empírica. O estudo encaminhar-se-á de maneira a que possa recolher dados apreciáveis que conduzam no sentido de responder ao cerne dos problemas levantados, comprovando ou não as hipóteses levantadas.

Nesta ordem de trabalhos, a estruturação do trabalho adotada compreende três (3) etapas: a abordagem geral, o desenvolvimento e a conclusão. Na abordagem geral, capítulos 1 e 2, procura-se clarificar as razões que motivaram a escolha desta temática, bem como compilar informação existente sobre o assunto. Os capítulos de desenvolvimento, capítulos 3 e 4, pretendem apresentar e justificar as respostas, que arquitetam o trabalho. Na conclusão, capítulo 5, destacam-se as principais considerações e conclusões que foram possíveis recolher do estudo elaborado.

A estrutura do trabalho assenta nas etapas esquematizadas na **figura 2** da seguinte forma:

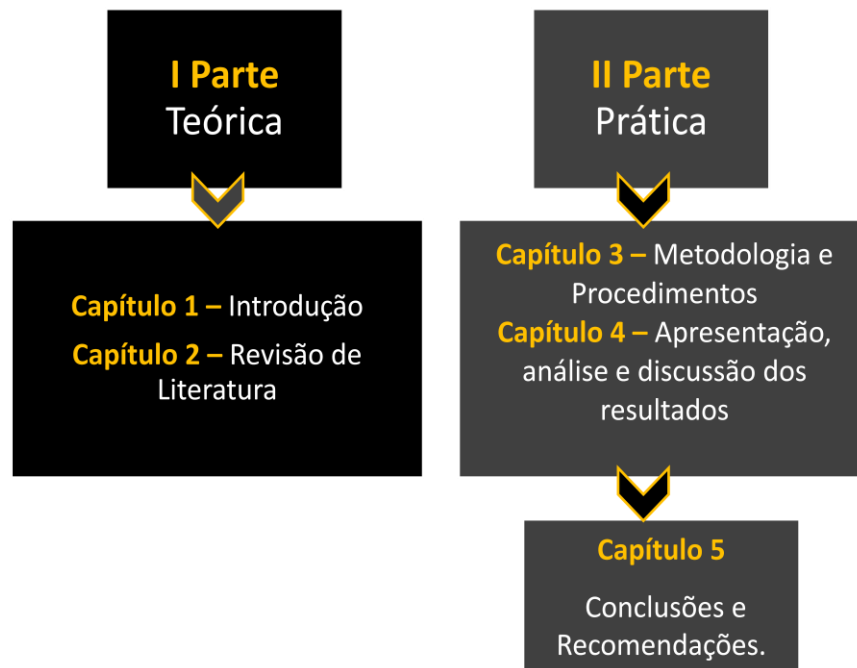


Figura 2-Esquema da Estrutura do trabalho

Capítulo 2

Revisão de Literatura

2.1.Evolução das relações públicas

As relações com o público¹ tiveram como primeira indicação do seu desenvolvimento a Revolução Industrial, com a consequente e tremenda expansão da indústria e do comércio, particularmente nos Estados Unidos (Herbert e Peter Lloyd, 1995).

No entanto a história lembra-nos, em vários momentos, que a necessidade de promoção de uma figura, ideia ou imagem é tão antiga quanto a existência humana. É o caso de personalidades que ficaram célebres e que, de certa forma, foram marcos na evolução humana.

Júlio César² através das *Acta Diurna*³ informava o público dos sucessos ocorridos no seu vasto Império, dando ênfase ao heroísmo dos seus legionários que, longe dos lares e famílias lutavam contra o mundo bárbaro (Komniski, et.al, 2012).

Esta promoção do heroísmo, virtudes e nobreza de um povo não será uma forma de relações públicas?

Também Luís XIV de França e Napoleão, duas figuras sobejamente conhecidas, não ficaram com um papel secundário na História porque demonstraram uma preocupação em projetar uma imagem, atravessar o mundo com *slogans* e histórias dos seus feitos e ideias. (Cluzel, 2004)

A partir da Inglaterra, e já num âmbito mais específico, há que lembrar, Sir Stephen Tallents, publicista que, pela primeira vez praticou relações públicas como as entendemos hoje (Herbert e Peter Lloyd, 1995), como forma de recuperar ou aumentara confiança em determinadas empresas ou imagens (Bland, 1989).

É aqui que entram os profissionais de relações públicas; como funcionários que, através de numerosos mecanismos, promovem iniciativas com o fim de manter ou melhorar a imagem da estrutura que servem (uma empresa, ou qualquer tipo de

¹ Tradução histórica para o Inglês da expressão portuguesa Relações Publicas.

² Imperador, líder militar e político romano. Desempenhou um papel crítico na transformação da República Romana no Império Romano.

³ É o título do primeiro jornal conhecido.

organização). Num estudo em que se consultaram 25 grandes corporações norte-americanas, que tinham departamentos de relações públicas, indicaram-se nove objetivos para os funcionários com funções específicas nesta área (Penteado,1993):

- 1.º) Desenvolver e manter um clima de boa vontade do público para com a empresa.
- 2.º) Ajudar a orientar a Administração Superior da empresa a agir de acordo com o interesse público.
- 3.º) Aumentar a compreensão e aceitação públicas pela política da empresa.
- 4.º) Manter os funcionários bem informados sobre a vida administrativa e os negócios em curso da empresa.
- 5.º) Dar realce à participação da empresa na economia do país.
- 6.º) Ajudar a preservar, no espírito público, o sistema de livre iniciativa.
- 7.º) Promover a educação económica do povo a fim de tornar mais claro o papel da empresa.
- 8.º) Medir atitudes do público para com a empresa e da empresa para com o público.
- 9.º) Obter boa divulgação dos assuntos de interesse da empresa – e de consequente interesse público – no maior número possível de órgãos de informação.

No entanto os aspetos acima mencionados não podem conceber-se de forma isolada. Para as relações públicas terem sucesso a organização tem de ser credível. As relações públicas não resolvem os problemas de uma organização. São apenas mais uma parte fundamental para que se consigam atingir os objetivos. (Austin,1993)

As relações públicas enquanto termo têm um significado muito amplo, como nos podemos aperceber durante esta pequena reflexão. São inúmeros os conceitos e os significados a este respeito, tornando-se difícil a busca por uma definição única do termo. Do leque de definições possíveis, apresentamos as seguintes:

Para Simões (1995, p.47) “As Relações Públicas é o exercício da administração da função (subsistema) política organizacional com seus públicos”

Já para o Instituto Britânico de Relações Públicas as relações públicas são um elo de ligação entre as organizações e os públicos, mais concretamente: “As Relações públicas são, o esforço deliberado, planificado e contínuo para estabelecer e manter compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos e pessoas a

que esteja, direta ou indiretamente, ligada” (Instituto Britânico de Relações Públicas) in (Simões, 1995, p.5).

Kunsch (1997, p.119) vai de encontro à definição apresentada pelo Instituto Britânico de Relações Públicas, dizendo-nos que “...as Relações Públicas é o procedimento comunicacional administrado de uma organização com seus públicos”

Por outro lado Sousa (1997, p.15) associa as Relações Públicas a uma técnica de comunicação, referindo que “ As Relações Públicas poderão ser sumariamente definidas como a técnica de comunicação que visa, através de vários meios, divulgar uma imagem positiva da Instituição ou Empresa junto dos seus públicos

Como se viu, são muitos os autores e muitas as teorias que descrevem as relações públicas, Carvalho (2012) citando Grunig e Hunt (1984), por exemplo, concebem quatro modelos das relações públicas para ajudar a perceber a sua evolução ao longo da história.

O modelo “Assessor de Imprensa”, que esteve na base das primeiras relações públicas praticadas, cujo objetivo era, através de métodos propagandísticos, persuadir os media a publicarem notícias favoráveis sobre os mais diversos assuntos.

Por exemplo, durante a 1ª Guerra Mundial (1914 – 1918), os Estado Unidos da América utilizaram este tipo de modelo aqui apresentado, sobressaindo o famoso cartaz do *Uncle Sam*⁴ que dizia “ *I Want You For U.S. Army*”.

O segundo modelo, é designado por, “Informação ao Público”, e foi conceptualizado com base na atividade dos jornalistas contratados pelas organizações para fornecerem informação selecionada em grande escala.

O terceiro modelo dos nossos autores é o “Duplo Fluxo Assimétrico”. Aqui, o objetivo das relações públicas é a persuasão. Os profissionais das relações públicas tentam influenciar o público no sentido de alterar os seus comportamentos e atitudes para que sigam ou ajam segundo os objetivos das organizações.

O quarto e último modelo é o “Fluxo Duplo Simétrico”, e se até aqui os modelos são todos de uma Instituição para um público, este tem a particularidade de considerar a interação entre as duas partes. O seu objetivo é o entendimento mútuo, a fim de conseguir criar e manter bons contactos e relacionamentos.

A Guarda Nacional Republicana, vai de encontro ao quarto modelo apresentado por Grunig e Hunt em cima referido, um modelo simétrico onde a cooperação e a

⁴ Ver cartaz em anexo na página 2.

confiança têm de ser ponto de honra. A comunicação social tem o poder estrondoso de transmitir e\ou mudar ideais, tornando-se numa arma que tanto pode contribuir para valorizar as organizações e empresas como constituir forte ameaça à sua visibilidade e aceitação pública. Assim, é legítimo pensar que a comunicação social possa influenciar não apenas a imagem da GNR, como também o próprio sentimento de segurança dos cidadãos.

Procurando sistematizar as perspetivas dos autores acima elencados, podemos dizer que, as relações públicas são uma atividade, um esforço humano que exige uma combinação de vários meios, artes e, técnicas que façam uso de um bom senso comum. O grande objetivo é criar entendimento e compreensão, conseguir apoio público, obter aceitação social e divulgar uma imagem positiva da instituição, empresa ou produto.

2.2.Influência dos órgãos de comunicação social na sociedade

Nesta fase do trabalho de investigação, pretende-se apresentar uma breve reflexão sobre se são ou não os OCS influenciadores da sociedade, no que diz respeito ao sentimento de segurança. Para conseguir esta abordagem vai primeiramente definir-se segurança e posteriormente aludir a opiniões de vários autores.

Originária do Latim, a palavra “segurança” surge associada ao risco. O dicionário da língua portuguesa define-a como “o que serve para diminuir os riscos ou os perigos”. Já Veiga (2001) citada por Silva (2010) define-a como uma garantia de direitos multifacetados, assente na construção de uma relação de confiança entre agentes e cidadãos e no desenvolvimento de formas de cooperação e interação social para a sua promoção. O Relatório Anual de Segurança Interna (RASI) de 2011 apresenta também este raciocínio referindo que a segurança “não só constitui pressuposto indispensável do exercício dos direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos, como a preservação da estabilidade da própria sociedade”. (RASI, p. 248)

O conceito de segurança encontrava-se centrado na defesa territorial até ao final da Guerra Fria, segundo Reboredo (2010). No entanto, para Silva (2010), surgiu um novo quadro de ameaças de carácter global, nomeadamente, os conflitos regionais, o terrorismo transnacional, o crime organizado e a degradação ecológica. O conceito atual de segurança para Silva (2010) estende-se, não só à dimensão da defesa, mas também a outros domínios como por exemplo, à política, à economia, à educação, à saúde, ao

ambiente, entre outras, procurando, “por um lado, evidenciar a cooperação e a solidariedade nos vários domínios como elementos essenciais e por outro lado, fazer face a riscos e ameaças que ocorrem à escala global”. (Silva, p.4)

Os órgãos de comunicação social são um canal de excelência para fazer chegar uma mensagem à sociedade. Fernando Correia considera que, a comunicação social pode mesmo ser o único instrumento de transmissão e aprendizagem do que convencionalmente denominamos cultura geral ou instrumento de conhecimento. O que sabem para além da sua própria experiência concreta e do círculo que as rodeia, sabem pela televisão, instituída, na prática em exclusiva fonte de saber, de entretenimento, de lazer e de cultura (Correia, 2007).

Como já nos apercebemos, os media ou os órgãos de comunicação social surgem como um veículo de transmissão de uma mensagem e como tal ajudam os públicos a formar opiniões. É por isso importante, que os responsáveis das organizações estejam preparados para comunicar de forma adequada e regular com os profissionais da comunicação social, e que com estes seja desenvolvida uma relação de confiança, só conseguida com um esforço contínuo no tempo por parte das relações públicas.

Coloca-se portanto a seguinte questão: Será o sentimento de segurança da sociedade afetado pelos órgãos de comunicação social?

Os órgãos de comunicação social, para Faustino (2007, p.143) influenciam as sociedades, como ele refere “muitos estudos têm demonstrado a importância dos media e a sua influência na sociedade. Pode até dizer-se que, mesmo quem os “despreza” não os pode ignorar ou deixar de a eles recorrer para fazer passar a mensagem”.

Numa perspetiva semelhante, no entanto, focando a televisão como o principal ator da influência dos órgãos de comunicação social, Correia (2007, p.9), “refere a “força” dos media relevando a sua “influência conjunta”, devendo-se, muito particularmente ao peso da televisão quer sobre a opinião pública e a consciência social quer os outros meios.”

Esta influência nas opiniões das pessoas não remonta apenas aos dias de hoje, pois antes da hegemonia da televisão, a rádio teve uma influência considerável. Em 1938, Orson Welles demonstrou ao mundo o poderoso e assustador poder da comunicação social, como meio de difusão de comunicação massiva, através da célebre emissão A “Guerra dos Mundos”. Utilizando uma emissora de rádio, Welles transmitiu uma invasão extraterrestre ficcionada, que levou ao pânico e à histeria centenas de pessoas que acompanhavam a emissão e que acreditavam ser a realidade, demonstrando

com isto, a suscetibilidade do cidadão comum de acreditar em algo veiculado por quaisquer OCS, por mais estranho que possa parecer. (DN, 2010)

O cidadão, nos dias de hoje, conhece muito da realidade social através dos órgãos de comunicação social. Os media exercem, portanto, efeitos grandiosos na formação da opinião pública.

José Bastos Leitão chega mesmo a afirmar que “uma das causas mais vezes apontadas pelos polícias contra o contributo para o sentimento de insegurança das pessoas, é o tratamento que os Media fazem dos assuntos criminais e talvez não menos importante o aproveitamento maciço que os meios de entretenimento de massas, fazem dos receios e medos intrínsecos a todos nós”. (Leitão, 2000, p.6)

Como podemos vislumbrar da análise destas considerações, e respondendo à questão inicialmente efetuada, com base nos autores que citámos, podemos pois considerar que os sentimentos de segurança ou insegurança das populações são influenciados pelos órgãos de comunicação social.

Para minimizar tais consequências, “as relações com a imprensa devem integrar um serviço de relações públicas e uma política global de comunicação institucional, através do abandono das abordagens seat-of-the-pants (trabalho imediato, intuitivo e individualista) e da consequente utilização do four-step process (análise situacional, planeamento, acção e avaliação) em toda a comunicação interna e externa”. (Antunes, s.d, p.1)

Finaliza-se esta abordagem com a ideia de Serrano (1999) citado por Pedroso (2002, p.23) “Através de processos de seleção e de enquadramento, e ao fazerem circular as informações, os media orientam a opinião pública e estabelecem a agenda dos consumidores de notícias. O público fala dos assuntos de que falam os media”.

2.3.Delimitação da abordagem

Para percebermos os contornos deste trabalho torna-se necessário delimitar e distinguir conceitos bastante amplos, e que podem ter diversas interpretações, sendo pois relevante compreender a diferença entre algumas ideias que são importantes e desta forma, esclarecê-los para reduzi-los apenas à perspetiva policial.

Neste sentido, importa distinguir o conceito de Relações Públicas. Apesar de já muito se ter falado neste conceito, torna-se necessário operacionalizá-lo de forma a ir de

encontro ao estudo e desta forma não se confundir com outras possíveis interpretações. A Comunicação, assim como, a Informação e a Notícia são outros conceitos abordados para uma melhor compreensão deste estudo.

2.3.1. Relações públicas

As Relações públicas podem caracterizar-se por três grandes pilares: o primeiro pilar, relativo à informação fornecida ao público sobre o que se faz, sobre o que se pode fazer e sobre o que se pode e deve fazer, o segundo, diz respeito à persuasão direcionada ao público, com o intuito de alterar modos e condutas, e o terceiro, enquanto esforço deliberado e planificado para integrar atitudes e ações das instituições com os seus públicos e destes com as instituições (Sebastião, 2009).

As relações públicas podem ser direcionadas para dois planos: as relações públicas internas, com o objetivo de alcançar uma produção e subsistência de um bom ambiente de trabalho dentro da instituição e as relações públicas externas, cujo fim é criar relações benéficas e transparecer uma imagem positiva para o exterior. As internas são indispensáveis, devendo uma organização apostar na comunicação interna para criar um bom ambiente entre os colaboradores, conseguindo jogar com o fator motivacional e desta forma garantir qualidade e produtividade nos serviços. As relações externas fazem parte do meio ambiente exterior, englobando os órgãos de comunicação social, governantes, consumidores, fornecedores, empresas concorrentes, sindicatos e comunidade em geral (Penteado, 1993). Em ambos os casos, a comunicação é bilateral, sendo esta uma das principais características das relações públicas. A comunicação faz-se portanto nos dois sentidos: quer da instituição para as relações públicas quer das relações públicas para a instituição, permitindo deste modo conduzir a autenticidade das mensagens transmitidas e consequentemente avaliar o impacto na opinião pública (Carvalho, 2012).

A comunicação, a que tanto se refere o presente trabalho é “... pôr em comum uma informação, é partilhar uma opinião, um sentimento, uma atitude, um comportamento. Tudo isto, frequentemente, com o objectivo de convencer, persuadir (de mudar de opinião, adoptar um comportamento diferente...) ” (Rasquilha, 2006, s/p). Na GNR, a comunicação, é designada pelo processo que auxilia a promover a circulação e compreensão da informação produzida pela Guarda, ao nível interno e/ou

externo. (nº1 do art.º 109 do Despacho nº10393/2010).

Comunicação e relações públicas são dois conceitos próximos, sempre que existe uma comunicação por parte da instituição estão em causa relações públicas, implicando promoção positiva ou negativa da imagem institucional junto do público externo.

2.3.2. Informação versus notícia

É manifesta a batalha linguística com que nos deparamos e que se prende com dois termos que têm fronteiras muito ténues. Com a modernização do tempo, na era da informação, prolifera a disponibilidade de informações e somos bombardeados com rios de informação, e na mesma medida por imensas notícias que nos chegam pelas mais diversas formas, quer seja a através de jornais, telejornais, revistas, rádios e mais recentemente as multifacetadas plataformas da internet. Contudo, é conveniente ter presente que falar de informações não é o mesmo que falar de notícias.

No campo da *Intelligence*, por exemplo, “Informações diferem de Notícias na medida em que a primeira é o resultado do processamento e tratamento da segunda” (Garcia, 2009, p.11). Podemos considerar Notícia “qualquer facto, documento ou material, cujo conhecimento se revele susceptível de ter interesse para as finalidades de actuação de um serviço de informações” (Shulsky, 1993, p.189).

É através da recolha de notícias que, na maioria das vezes, se obtêm Informações. Numa perspetiva policial, e usando da definição de Ruben Medeiros, entendemos Informações como “um conjunto de actividades reguladas pelos princípios enformadores da segurança interna, alicerçados numa estrutura organizacional, que visam obter um conhecimento intrínseco à prossecução dos fins inerentes à missão policial” (Medeiros, 2001, p.20).

Interessa salientar novamente a devida separação conceptual dos termos que têm vindo a ser abordados. Neste sentido, usando as definições dos autores referidos no ponto anterior, temos as notícias, como sendo todo o dado não processado de qualquer natureza (facto, documento ou material) e que pode ser usado na produção de informações. Factos, que mais não são que informações verificadas, que garantem um bom nível de valor e confiança, considerando ainda assim, os possíveis erros, quando não submetidos a uma análise adequada, como por exemplo, verificação de várias fontes. A “notícia é um facto isolado e a informação é a notícia devidamente analisada,

interpretada e conexa com outras notícias e informações – *intelligence*, resultando assim numa síntese analítica obtida pela análise, relação e conexão das notícias e/ou informações que se possam ter, levando à compreensão de um determinado fenómeno” (Morgado, 1998, p.85).

Importante neste âmbito do trabalho será definir notícia para os jornalistas, visto este trabalho ir de encontro às notícias que os jornalistas publicam.

Notícia no mundo jornalístico poderá ser, segundo José Luís Martinez Albertos, (citado por Santos e Gonçalves, 2000, s/p): “um género literário escorreito e fortemente cingido ao puro facto ou acontecimento que se quer transmitir. É, portanto, o género jornalístico mais objetivo no seu propósito teórico e sob o ponto de vista da aparência formal da linguagem utilizada pelo jornalista repórter”. Para outros autores a notícia é “simultaneamente um relato seleccionado de acontecimentos passados e um factor constituinte da configuração de acontecimentos futuros” (Lobo, s.d.).

Como podemos observar, a notícia no mundo jornalístico é a informação da *intelligence* ou das Forças e Serviços de Segurança, isto é, uma notícia jornalística será a informação recolhida e tratada para posteriormente difundir ao público, enquanto as informações da *intelligence* são as notícias recebidas e devidamente tratadas.

II PARTE - PRÁTICA

Capítulo 3

Metodologia e Procedimentos

3.1. Metodologia e procedimentos

A parte prática tem como objetivo verificar as hipóteses e tentar encontrar respostas para as questões de investigação levantadas, bem como atingir os objetivos propostos na introdução. Apresenta-se neste capítulo o trabalho de campo efetuado no âmbito desta investigação. Inicialmente, é apresentado o método de abordagem, seguido de uma alusão aos procedimentos e técnicas utilizadas na obtenção de informação e, por último, uma referência aos meios utilizados na mesma.

3.1.1. Método de abordagem

Como se referiu, a questão de partida que orienta esta pesquisa é a seguinte “Como se estrutura a GNR para interagir com os OCS, quer em termos pró-ativos, quer em termos reativos?”. Trata-se pois de estudar uma situação que envolve recolha de informação diversa, de natureza qualitativa, incluindo a consulta de documentos, conversas com peritos, entrevistas e ainda observação direta. Deste modo, o estudo de caso afigura-se a metodologia mais adequada a responder ao questionamento e aos objetivos da pesquisa.

Na perspetiva de Yin (1994), o estudo de caso revela-se importante quando existem inter-relações entre fatores envolvidos, e há necessidade de compreender essas relações.

Assim, no estudo de caso não se pode separar o fenómeno do contexto real. Trata-se, portanto, de um tipo de investigação que estuda deliberadamente uma situação específica e que se prevê ser única em muitos aspetos, pelo que se vai procurar nela o que há de mais essencial e característico.

Sendo uma metodologia qualitativa o interesse fulcral é o objeto de análise. Uma vez que o estudo de caso é uma metodologia assente em várias fontes de informação, foram utilizados dois métodos de recolha de informação. A análise documental constituiu o ponto de partida da investigação e implicou quer as fontes bibliográficas, quer outro tipo de fontes documentais, designadamente internos à GNR.

Em complemento, e de modo indispensável, recorreu-se a fontes primárias. Assim, procedeu-se à observação direta, efetuaram-se entrevistas exploratórias, realizaram-se conversas informais com peritos e aplicaram-se duas entrevistas semiformais a responsáveis da GNR com grande experiência nos aspetos abordados pela investigação.

3.1.2. Procedimentos e técnicas

A investigação para este trabalho iniciou-se com uma pesquisa bibliográfica, em bibliotecas civis e militares, e com a realização de entrevistas exploratórias com peritos. Houve ainda a preocupação de estabelecer contacto com o DCRP, na medida em que é esta Divisão da GNR que trabalha a temática da relação com os OCS. Como fundamento dessa recolha, procurou-se sempre “... a correspondência entre o campo coberto pelos documentos disponíveis e o campo da análise da investigação” (Quivy & Campenhoudt, 2008, p.203).

3.1.3. Entrevistas

A aplicação de entrevistas individuais consiste numa fonte de informação primária qualitativa (conteúdo). Visa recolher dados mediante a inquirição de apenas um indivíduo. O tipo de entrevista utilizado foi o semiformal visto que o inquirido responde às questões que constam no guião⁵ podendo no entanto também abordar outros assuntos relacionados com a matéria. (Sarmiento, 2008, p.18).

Depois de efetuadas as entrevistas, através da construção de sinopses, foi possível proceder à análise do conteúdo das respostas adquiridas (Guerra, 2010, p.73). Estas, por sua vez, permitem estabelecer pontos comuns às várias entrevistas e aferir

⁵ Ver Anexo: Guião da Entrevista.

quais as partes a que os entrevistados dão mais valor e destaque. Assim, permitem ajudar na resposta às hipóteses de investigação (SARMENTO, 2008, p.19).

A Caracterização do Universo de Análise é a seguinte (GUERRA, 2010, p.41):

A sua seleção visou abarcar todas as entidades que se relacionam diretamente com os Órgãos de Comunicação, Divisão de Comunicação e Relações Públicas (DCRP) e os Comandantes de Unidades. Visto o processo ser semelhante em todas as Unidades optou-se por efetuar apenas duas entrevistas, uma ao Chefe da Repartição de Comunicação e uma ao Comandante Territorial de Évora. Pessoas muito experientes neste âmbito, o Capitão Marco Cruz, atual Chefe da Repartição de Comunicação e o Coronel Costa Lima, que atualmente é o Comandante Territorial de Évora mas que anteriormente desempenhou as funções de Chefe da DCRP e consegue desta forma ter uma perceção das duas partes.

3.1.4. Caracterização da amostra

Para Quivy e Campenhoudt (2008), existem três possibilidades: estudar a totalidade da população, estudar uma amostra representativa da população e, por último, estudar componentes não estritamente representativas, mas características da população. Atendendo ao facto de se pretender fazer uma abordagem qualitativa, procurou-se “... a diversidade e não a homogeneidade, de modo a garantir que a investigação abordasse a realidade, considerando as variações necessárias que é preciso assegurar aquando da presença da diversidade dos sujeitos ou das situações de estudo...” (Guerra, 2006, p. 41. Deste modo, optou-se pela terceira possibilidade enunciada por Quivy e Campenhoudt (2008), em que a amostra compreende uma representação de Oficiais com funções e responsabilidades diferentes: quanto à tipicidade das funções desempenhadas; ao seu conhecimento sobre a temática abordada; e à experiência profissional relacionada com a realidade em questão. **Ver Tabela 1**

Tabela 1- Caracterização da Amostra

Entrevistados	Género	Posto	Função em Estudo	Função Atual
1	Masculino	Coronel	UNIDADES	Comandante Territorial de Évora
2	Masculino	Capitão	DCRP	Chefe da Repartição de Comunicação

3.1.5. Meios utilizados

Neste âmbito, para que as entrevistas fossem gravadas e posteriormente analisadas com coerência, foi utilizado um telemóvel Marca Samsung e modelo Galaxy Express.

Depois, de terminadas as entrevistas, estas foram transcritas e dadas a conhecer aos inquiridos para sua verificação.

Capítulo 4

Análise e Discussão dos Resultados

4.1 Análise das entrevistas

Este capítulo destina-se à análise de conteúdo bem como à discussão dos resultados obtidos mediante a realização de entrevistas individuais.

A amostra constituída resume-se a dois elementos e, como se referiu anteriormente, não tem pretensões de representatividade. Por sua vez, o conteúdo de cada entrevista incide sobre a resposta a dez questões.

Para facilitar a análise do conteúdo das respostas dos inquiridos foi elaborada uma sinopse de entrevista com recurso a algumas tabelas (GUERRA, 2010, p.73).

Em resposta à primeira questão, **Como é feita a coordenação entre as unidades e a DCRP?**

Como é possível constatar na **Tabela 2**, ambos os entrevistados, indicaram o Oficial de Comunicação e Relações Públicas como a peça chave para fazer a ligação e a canalização de toda a informação entre as Unidades e a Divisão de Comunicação e Relações Públicas.

Tabela 2-Análise de resultados da resposta relativo à questão 1

Análise do conteúdo da resposta	
Entrevistado 1	- O relacionamento processa-se através da ligação direta e permanente entre os Oficiais de Comunicação e Relações Públicas das Unidades e a DCRP
Entrevistado 2	- Todas as Secções de Comunicação e Relações Públicas têm um oficial dedicado em exclusivo às relações públicas, o OCRP. - A chave, o elo de ligação entre a DCRP e as Unidades é o OCRP.

No que respeita à segunda questão, **Como são selecionados os elementos para chefiar as relações públicas?**

Como é possível constatar na **Tabela 3**, ambos os entrevistados possuem respostas unilaterais, direcionando-as para que a competência da escolha dos elementos

das relações públicas, seja única e exclusivamente do General Comandante Geral. No entanto, o entrevistado 2 na sua argumentação, salienta também a experiência e as competências inatas das pessoas, enquanto o entrevistado 1, vai de encontro às características que estão explanadas no artigo 11º do RGSGNR⁶.

Tabela 3-Análise de resultados das respostas relativas à questão 2

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - Por ser um cargo de sua assessoria e subordinação direta, a escolha do Chefe da Divisão de Comunicação e Relações Públicas é da exclusiva responsabilidade do General Comandante-Geral. - Contudo, o artigo 11º do RGSGNR, define as características julgadas como adequadas para o desempenho da função de oficial de comunicação e relações públicas.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - Aquilo que se pretende nas RP é alguém que comunique facilmente ou que consiga passar uma mensagem de uma forma que as outras pessoas possam compreender. - Primeiro de tudo, tem de haver qualidades inatas às pessoas, em segundo lugar a experiência da pessoa tem que naturalmente servir para comunicar, depois, é naturalmente a formação base e ser um homem da confiança do GCG.

No que respeita à terceira questão, **Os chefes das relações públicas têm formação específica para a função? Por favor diga-me exatamente que tipo de formação?**

Como é possível constatar na **Tabela 4**, os entrevistados referem existir uma formação base, os cursos ministrados no CENJOR. O entrevistado 1 salienta ainda o facto de, aquando da colocação nestas áreas, os chefes das relações públicas são alvos de ações formativas, como a que decorreu este ano na Escola da Guarda, em Queluz, efetuada pelo Colégio Europeu de Polícia (CEPOL) subordinada ao tema: *“Communication and Media Awareness”*.

⁶ Ver anexo, página 4

Tabela 4-Análise de resultados das respostas relativas à questão 3

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - Presentemente, todos os Oficiais que desempenham funções na área da Comunicação e Relações Públicas, têm na sua formação um ou mais cursos ou ações formativas relacionadas com a área. - A formação mais regular, é a ministrada no Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR) onde os Oficiais da GNR recebem uma formação específica no âmbito da gestão da comunicação e do relacionamento com os Media. - A título de exemplo, registe-se que a primeira ação de formação efetuada pelo Colégio Europeu de Polícia – CEPOL – ao nível da gestão da comunicação “<i>Communication and Media Awareness</i>”, foi realizada no final do ano passado em Portugal, na Escola da Guarda e pela GNR
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - O chefe das relações públicas não tem formação específica para o cargo. - O que existe é a formação base e depois a experiência que vão adquirindo ao longo da carreira.

No que respeita à quarta questão, **Existem diretivas e /ou restrições aos militares para lidar com os OCS?**

Como é possível constatar na **Tabela 5**, ambos os entrevistados nos direcionam para a legislação, isto é, contactos com os OCS de nível regional são geridos pelas Unidades, enquanto todos os contactos com os OCS de nível nacional são realizados pela DCRP. O entrevistado 1 defende também a ideia de que cada militar é um potencial relações públicas e um transmissor permanente da imagem e comunicação da instituição, isto é, onde estiver um elemento da GNR está um porta-voz da instituição.

Tabela 5-Análise de resultados das respostas relativas à questão 4

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - É importante destacar que, como princípio geral, cada um dos militares (e civis) da Guarda Nacional Republicana é um potencial relações públicas e um transmissor permanente da imagem e comunicação da instituição. - Onde estiver um elemento da GNR está um potencial porta-voz da instituição.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - Uma exigência do nosso GCG é que todos os contactos com os OCS sejam feitos pela DCRP. - O que está estabelecido (...) tudo o que é contacto com os OCS regionais são geridos pelos respetivas Unidades, os contactos com os OCS de dimensão nacional são feitos obrigatoriamente através da DCRP.

No que respeita à quinta questão, **Que elementos estão autorizados a prestar declarações para os media? Em que situações?**

Como é possível constatar na **Tabela 6**, nesta questão o entrevistado 1 mostra-se fiel à sua linha de pensamento, afirmando mais uma vez, que onde estiver um elemento da GNR está um porta-voz da instituição. O entrevistado 2, na sua resposta, distingue duas situações distintas. Uma primeira quando se trata de algo planeado e nessas situações existe uma escolha do elemento mais apropriado, ao nível comunicacional e ao nível tático, para prestar declarações. Uma segunda situação corresponde a situações inopinadas, em que o entrevistado 2 vai de encontro ao entrevistado 1 sempre que existe oportunidade para falar ou dar informações os militares devem fazê-lo.

Tabela 6-Análise de resultados das respostas relativas à questão 5

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	- Insisto no conceito de que, em algum momento específico concreto, de urgência ou de emergência, independentemente das orientações e diretivas Superiores, onde estiver um elemento da GNR está um potencial porta-voz da instituição.
Entrevistado 2	-Se for algo planeado, uma reportagem por exemplo, nós DCRP escolhemos o oficial, um perito na matéria e que tenha qualidades ao nível da comunicação. -Em casos pontuais como são os casos dos acidentes, por exemplo, a política tem sido, sempre que possível e sempre que pudermos falar sobre o acidente ou incidente os militares falam. -Existe ainda as situações da competência de outros OPCs, nessas situações não falamos.

No que respeita à sexta questão, **Normalmente, diria que são sobretudo os OCS a contactar a GNR para obter informações/declarações ou é sobretudo a GNR que contacta os OCS para divulgar acontecimentos/iniciativas?**

Como é possível constatar na **Tabela 7**, ambos os entrevistados referem que, em percentagem, os OCS contactam mais a GNR, no entanto, este contacto é permanente e de ambas as partes. O entrevistado 2 refere ainda que, a GNR procura os OCS para difundir operações ou atividades, isto é, situações planeadas, e por sua vez, os OCS procuram a GNR para obter informações de situações inopinadas.

Tabela 7-Análise de resultados das respostas relativas à questão 6

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - Ambas as opções são válidas e permanentes, mantendo-se constantemente em execução. - Contudo, se a opção estatística for a da contabilização de cada uma delas, pelo seu volume e variedade, são mais as vezes em que os OCS contactam a GNR.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - Eu diria que se não for 50/50 será 60% eles que nos procuram e 40% nós. - Coisas planeadas somos nós que difundimos, coisas inopinadas são eles que nos pedem.

No que respeita à sétima questão, **Quando é a GNR a contactar os OCS, que vias utiliza?**

Como é possível constatar na **Tabela 8**, nesta questão o entrevistado 1, afirma que todos os canais de comunicação são bons, sem quaisquer tipos de preferência ou escolha privilegiada. O entrevistado 2, refere que o comunicado de imprensa é sempre utilizado, no entanto refere que muitas vezes não é suficiente, utilizando por isso sempre o telemóvel.

Tabela 8-Análise de resultados das respostas relativas à questão 7

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - É contudo seguro e importante afirmar que são utilizadas todas as formas presentemente à disposição dos utilizadores, sem qualquer preferência ou escolha privilegiada. - Todos os canais são bons para comunicar.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - Nós mandamos sempre o comunicado de imprensa - Fruto da experiência, para além do comunicado contactamos sempre os jornalistas com quem já temos uma relação mais profunda. Este contacto é sempre feito por telemóvel.

No que respeita à oitava questão, **De acordo com a sua experiência, pensa que a relação entre a DCRP/Comando e os OCS é hoje diferente do que era no passado? Se considera existirem mudanças, por favor diga-me se são positivas ou negativas e como se expressam?**

Como é possível constatar na **Tabela 9**, ambos os entrevistados seguem a mesma linha de raciocínio. Afirmam que, sim houve mudanças e que estas são fruto da sociedade onde as instituições estão inseridas.

Tabela 9-Análise de resultados das respostas relativas à questão 8

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - A relação entre a DCRP e os OCS acompanhou a evolução que a nossa instituição tem sofrido ao longo dos anos. - Não foi só a relação DCRP/ OCS que mudou, foi toda a sociedade onde estas instituições se inserem. - As mudanças são, a todos os títulos, muito positivas.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - Alguma coisa mudou, vejam-se as evidências, o número de notícias da Guarda aumentou, o direito de antena aumento, tudo o que é comunicação da guarda aumentou, portanto há aqui um sinal de mudança. - As coisas mudaram, o volume, a intensidade, a velocidade da informação obriga-nos a ser diferentes daquilo que éramos no passado.

No que respeita à nona questão, **Relativamente aos vários OCS: considerando a especificidade da televisão, da rádio e da imprensa escrita, tende a existir alguma relação privilegiada com certo tipo de OCS?**

Como é possível constatar na **Tabela 10**, as opiniões dos entrevistados divergem. O entrevistado 1 afirma não existir qualquer tipo de relação privilegiada com o meio específico de difusão ou com o órgão. O entrevistado 2, por sua vez, afirma que a GNR atualmente aposta mais na televisão, visto ser um órgão que chega a mais pessoas, conseguindo no último ano, 2012, duplicar o tempo de antena em relação a 2011.

Tabela 10-Análise de resultados das respostas relativas à questão 9

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - Não existe uma relação privilegiada nem com o meio específico de difusão, nem com o órgão, nem com jornalistas em concreto. - A GNR trata todos por igual, independentemente do meio de difusão ou da dimensão do OCS.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - A Guarda, neste momento, aposta mais na Televisão, chega a mais pessoas. - Uma das provas que a Guarda tem apostado mais na Televisão é que quase duplicamos o nosso tempo de emissão nas televisões.

No que respeita à décima questão, **Na sua opinião, os OCS conferem visibilidade suficiente à GNR e à sua missão?**

Como é possível constatar na **Tabela 11**, os entrevistados afirmam convictamente que sim! O entrevistado 1 fundamenta a sua questão através das estatísticas regulares de monitorização das notícias sobre a GNR que a DCRP realiza. O entrevistado 2, afirma que os OCS são um veículo de comunicação que tem grande potencial e que nenhuma instituição a pode ignorar.

Tabela 11-Análise de resultados das respostas relativas à questão 10

	Análise do conteúdo da resposta
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - Na minha opinião, sim! - Contudo, mais do que a minha opinião, são os dados estatísticos que o confirmam. - A DCRP tem estatísticas regulares de monitorização das notícias sobre a GNR nas diversas plataformas – imprensa escrita, rádio, televisão e internet – que atestam estas minhas afirmações.
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - Sim claro que sim. - Nós aproveitamos muito os OCS para divulgarmos as nossas ações. - Nós tentamos mudar as opiniões. - Os OCS são um veículo com um potencial muito grande e qualquer instituição que ignore os OCS está totalmente ultrapassada.

4.2 Conclusão da análise das entrevistas

As entrevistas realizadas constituíram a parte prática (trabalho de campo) do presente Trabalho de Investigação Aplicada. Depois de realizadas presencialmente, depois de transcritas e analisadas individualmente por questões, cabe agora verificar quais as principais ilações que se obtiveram.

Assim, podemos referir que o Oficial de Comunicação e Relações Públicas é uma peça chave para fazer a ligação e a canalização de toda a informação entre as Unidades e a Divisão de Comunicação e Relações Públicas.

Pode também concluir-se que a competência da escolha dos elementos das relações públicas é da exclusiva competência do General Comandante Geral, tendo estes elementos de cumprir o perfil descrito no artigo 11º do RGSGNR. Os elementos escolhidos para estas funções, têm uma formação base, ministrada a todos os oficiais da GNR no CENJOR.

Outra ilação, diz respeito à gestão de informação com os OCS. Neste âmbito, apurou-se que os contactos com os OCS de dimensão regional são geridos pelas Unidades, enquanto todos os contactos com os OCS de nível nacional são realizados pela DCRP. De referir ainda que o contacto entre ambas as partes é permanente e realizado por todos os canais de comunicação disponíveis, sendo o telemóvel o canal de eleição, sobretudo quando já existe conhecimento prévio entre o oficial e o jornalista. Apesar desta gestão estruturada, existe a ideia de, onde estiver um elemento da GNR está um potencial porta-voz da instituição.

Por último, houve mudanças nas relações públicas e estas são fruto da sociedade onde as instituições estão inseridas. Atualmente, a GNR tem apostado na televisão como meio de difusão visto ser um órgão que chega a mais pessoas, conseguindo no último ano, 2012, duplicar o tempo de antena em relação a 2011.

4.3 Apresentação, análise e discussão dos resultados

Nesta fase do trabalho ir-se-á procurar responder às questões derivas tendo em conta todo o trabalho de campo realizado.

4.3.1 Quais as repartições\ divisões da GNR responsáveis pela ligação com os OCS e como se relacionam com a estrutura de Comando?

Existem duas formas de a GNR se relacionar com os media, a primeira através da DCRP e a segunda através dos Comandantes de Unidade e\ou por sua vez do OCRP da Unidade. Para podermos perceber quais as repartições\ divisões responsáveis pela ligação com os OCS interessará fazer uma pequena descrição da orgânica da Guarda Nacional Republicana para que nos consigamos situar e ter um melhor entendimento de todo o funcionamento da organização.

O Exmo. General Comandante Geral da Guarda Nacional Republicana, Luís Manuel dos Santos Newton Parreira, no despacho 73/11-OG, procedeu a alguns ajustamentos que visam um melhor funcionamento e otimização, bem como um melhor controlo de todos os recursos tendo em vista melhores resultados e uma modernização e qualificação do Comando Geral da Guarda e dos seus Órgãos Superiores de Comando e Direção.

O Comando da Guarda compreende o Comandante-Geral, o 2º Comandante-Geral, os Órgãos de Inspeção, os Órgãos de Conselho e a Secretaria-Geral da Guarda.

Funcionam ainda na dependência do Comandante-Geral, serviços e órgãos que visam assegurar a superintendência e a execução em áreas e atividades específicas essenciais, tais como o planeamento, o estudo, consultadoria jurídica e as relações públicas.

Na dependência do Comandante-Geral funcionam os seguintes Órgãos:

- a) 2º Comandante-Geral;
- b) Gabinete do General Comandante-Geral;
- c) Gabinete do 2º Comandante-Geral;
- d) Inspeção da Guarda;
- e) Divisão de Justiça e Disciplina;
- f) Divisão de História e Cultura;
- g) Divisão de Planeamento e Relações Internacionais;
- h) Divisão de Consultadoria Jurídica;
- i) Divisão de Comunicação e Relações Públicas
- j) Secretaria-Geral da Guarda.

No que respeita às relações públicas a Guarda depende diretamente da Divisão e Comunicação de Relações Públicas.

Esta Divisão é composta por um Chefe, uma Repartição de Relações Públicas e Protocolo, que se subdivide em uma Secção de Eventos e Protocolos e uma Secção de Audiovisuais. Constitui ainda um Núcleo de Apoio e uma Repartição de Comunicação que envolve uma Secção de Comunicação Interna e uma Secção de Comunicação Externa.

Importa referir que nesta Divisão, à **Repartição de Relações Públicas e Protocolo** compete-lhe nomeadamente:

- a) Promover o desenvolvimento da Imagem institucional e as atividades de relações públicas da Guarda;
- b) Coordenar a aplicação das regras e normas de protocolo nas cerimónias oficiais da Guarda;
- c) Garantir, em articulação com o DPERI, a ligação protocolar e de representação da Guarda a entidades estrangeiras;
- d) Conceber imagens em multimédia e fotografia para divulgação interna e externas;
- e) Assegurar a cobertura em multimédia das atividades da Guarda.

À **Repartição de Comunicação** compete:

- a) Planear, coordenar e executar as atividades de informação públicas;
- b) Planear, coordenar e realizar as atividades de comunicação interna;
- c) Coordenar o relacionamento dos diversos comandos da Guarda com a comunicação social;
- d) Recolher, processar e analisar os elementos da informação divulgados pela comunicação social, respeitantes à atividade da Guarda;
- e) Coordenar e executar a gestão e a atualização do portal da Guarda e das novas ferramentas de comunicação associadas à internet.

Por último o **Núcleo de Apoio** que tem como missão:

a) Assegurar o apoio administrativo às atividades da DCRP e as demais tarefas que lhe forem cometidas pelo chefe da divisão.

Quanto aos comandantes das unidades, eles são os coordenadores e os responsáveis por todas as atividades a desenvolver na sua unidade neste âmbito, em perfeita e permanente coordenação com a DCRP. (art.º 10º RGSGNR)

O OCRP é o elemento que está em permanente contacto com a DCRP e é ele que define o plano anual de atividades, é o oficial responsável por manter o contacto OCS – Unidade – DCRP, isto é o elo de ligação. Este elemento é o canal de comunicação existente entre as várias partes, visto a DCRP estar localizada em Lisboa e necessitar de uma descentralização muito grande para responder a todas as atividades com os OCS pelo País. Assim sendo, este elemento, no que respeita a esta matéria, poderá ser entendido como o braço direito do Comandante na Unidade assim como da DCRP.

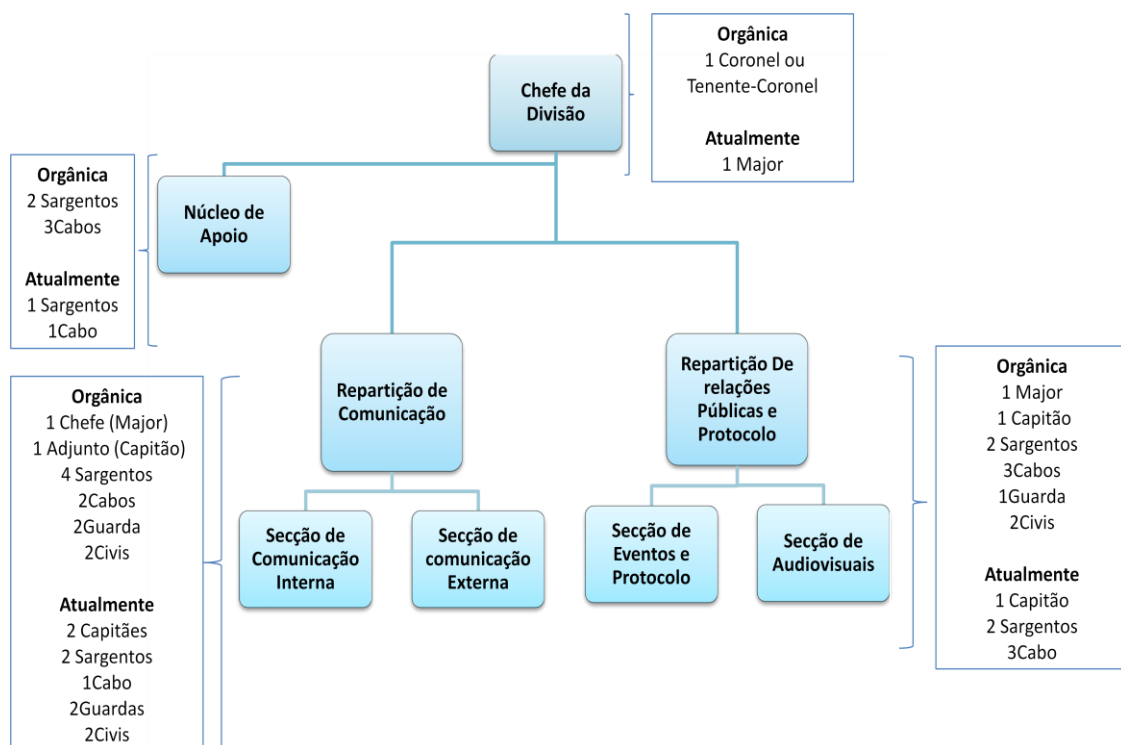


Figura 3- Orgânica e Composição da Divisão e Comunicação de Relações Públicas

Fonte: Adaptado de GNR (2013) Atribuições, articulação, composição e tarefas da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

4.3.2 Como se procede à seleção dos Militares da Guarda para interagirem com os OCS?

Os militares da GNR que interagem mais diretamente com os OCS são como vimos anteriormente, os colocados na DCRP e os nomeados Oficiais de Relações Públicas das respetivas Unidades. Interessa por isso saber, como e porque são nomeadas estas pessoas para representar a GNR em esta função.

Na Guarda Nacional Republicana existe um diploma que regula as colocações dos seus militares. Este diploma, Normas de Colocação dos Militares da GNR e das Forças armadas em comissão de Serviço (NCMGNRFA), foi revogado recentemente pelo Despacho 7/13-OG, despacho este que entrou em vigor este ano no mês de Janeiro, e nos veio trazer algumas alterações. O objetivo da criação de tal norma é o regulamentar as colocações dos militares da GNR, de acordo com os princípios e conceitos definidos no Estatuto dos Militares da GNR (EMGNR), aprovado pelo decreto de lei nº 297/2009, de 14 de Outubro, e artigos 35º, 88º, 89º, do Regulamento de Disciplina da GNR (RDGNR), aprovado pela lei 145/99, de 01 Setembro, e ainda as colocações dos militares das Forças Armadas que prestem serviço na Guarda, nos termos do EMGNR. (art.º 1º Despacho 7/13-OG)

A competência para a colocação dos militares é da competência do Comandante-Geral podendo ser delegada nos Comandantes de Unidades a colocação dos militares dentro das respetivas subunidades. (nº5 do art.º 2º Despacho 7/13-OG)

Na GNR existem quatro formas de os militares serem colocados para o exercício de determinadas funções profissionais, são elas: por escolha, oferecimento, imposição e motivos disciplinares. (art.º 3º Despacho 7/13-OG)

Segundo o art.º 7º do Despacho 7/13-OG, os militares colocados no Comando da Guarda e nos Órgãos Superiores de Comando e Direção devem ter, no mínimo, 3 anos de serviço efetivo e devem ter em atenção as qualificações académicas e técnico-profissionais do militar, considerando a relação que estas têm com o cargo ou função que este vai desempenhar. As qualificações pessoais são consideradas determinantes assim como são tidas em conta as exigências do cargo ou das funções a desempenhar.

Para ser nomeado para a DCRP é necessário ter alguns quesitos e existe um regulamento, (RGSGNR) que trata exclusivamente da nomeação do Oficial de Comunicações de Relações Públicas, oficial responsável pela comunicação com as relações públicas das Unidades, que traça o perfil que este militar deve ter para exercer

esta função. Apesar de todos estes quesitos, é fundamental existir a confiança do General Comandante Geral neste elemento, facto que é compreensível, visto o porta-voz da GNR ser escolha pessoal do GCG devido à relação de proximidade de funções a desempenhar.

Além dos requisitos já referidos, o OCRP deve ter capacidade de comunicação e imagem, deve ter perfeitos conhecimentos sobre a Guarda e a Unidade onde presta serviço, uma correta noção da sua atividade e dos seus aspetos positivos e negativos para que possa estabelecer um eficaz plano de atividades. Só com uma informação constante, objetiva, incisiva, curta e sistemática é que um oficial de comunicação e relações públicas pode desempenhar bem as suas funções, pelo que o comandante da unidade deve estabelecer os elos de ligação e coordenação necessários entre os diferentes sectores para que tal seja efetivo, real e eficiente. (art.º 111º do RGSGNR)

No que diz respeito à questão da formação nesta área específica, oficiais da GNR frequentam dois cursos ao longo da sua formação e que fazem parte do currículo. Numa primeira fase, durante o quinto ano da Academia Militar, os Aspirantes-alunos frequentam um curso de uma semana no Centro Protocolar de Formação de Jornalistas (CENJOR). A segunda formação é realizada durante o Curso de Promoção a Capitão também ela no CENJOR durante mais uma semana.

Todas as outras formações deste âmbito, que os oficiais possam ter, são fruto de formações, licenciaturas, mestrados ou doutoramentos frequentados fora da instituição.

4.3.3 Existem diretivas claras quanto aos procedimentos a observar na relação com os OCS?

Existem determinações ao nível do comando da Guarda como o RGSGNR, que menciona as atividades dos elementos e das divisões e ou repartições de Relações Públicas. Para além deste Regulamento existe o Despacho nº 73-11-OG que nos mostra a orgânica, a missão específica e de quem está dependente da DCRP. No entanto e apesar destes dois documentos, conseguiu-se apurar durante a investigação que existem outros documentos que regulavam esta temática como a Diretiva Nº 18 de 2000, diretiva de planeamento referente à Estratégia de Relações Públicas a adotar por parte da GNR e as Notas Nº 611 de 2007, referentes aos procedimentos a efetuar por parte do

dispositivo para exploração de sucessos operacionais junto dos Órgãos de Comunicação Social.

Estes documentos estão atualmente desatualizadas e sem efeito nos dias de hoje. Atualmente a DCRP está a trabalhar na criação de uma NEP que regule todos estes processos para uniformizar procedimentos e poder dissipar algumas dúvidas existentes.

4.3.4 Como interage a GNR no seu dia-a-dia com os OCS?

A GNR, todos os dias, tem um fluxo de notícias de elevado número, sendo impossível a DCRP ter conhecimento de tudo ou ser capaz de dar resposta a todas as notícias. Devido a esta situação, e para potenciar a interação das duas partes, DCRP e Unidade, nos contactos com os órgãos de comunicação social houve necessidade de destriçar, sempre que possível, as notícias de interesse local ou regional, daquelas que pelas suas características podem vir a ser de interesse nacional. Assim, enquanto as primeiras poderão ser difundidas ou esclarecidas pelas unidades, mas sempre através de um elemento devidamente credenciado pelo comando, as segundas, deverão, obrigatoriamente ser canalizadas, com a urgência, para a Divisão de Comunicação e Relações Públicas, que as submeterá à apreciação do General Comandante-Geral, tendo em vista a sua oportuna difusão ou elaboração dos comentários pertinentes. No entanto, existem casos, em que os comandantes de unidade, por razões de imperiosa urgência, no momento do acontecimento e instados por representantes dos órgãos de comunicação social, entendam chamar a si algum esclarecimento sobre a situação em presença, dando posterior conhecimento à Divisão de Comunicação e Relações Públicas. (art.º 112º RGSGNR)

No dia-a-dia este contacto é realizado em permanência com os OCS a GNR procura interagir com estes órgãos sempre que há operações planeadas, quando são efetuados seminários ou algum evento. Naturalmente que os OCS também procuram a GNR para obter notícias mais específicas, por norma, os incidentes inopinados, as situações que ocorrem todos os dias e que são variáveis incontroláveis. Como diz um dos entrevistados, “Coisas planeadas é a GNR que difunde, coisas inopinadas são eles que nos pedem.” No entanto, os OCS, têm ainda ao seu dispor o *site* da GNR, e as redes sociais onde a GNR coloca constantemente informações sobre as atividade desenvolvidas ou acontecimentos recentes. **Ver figura 4**

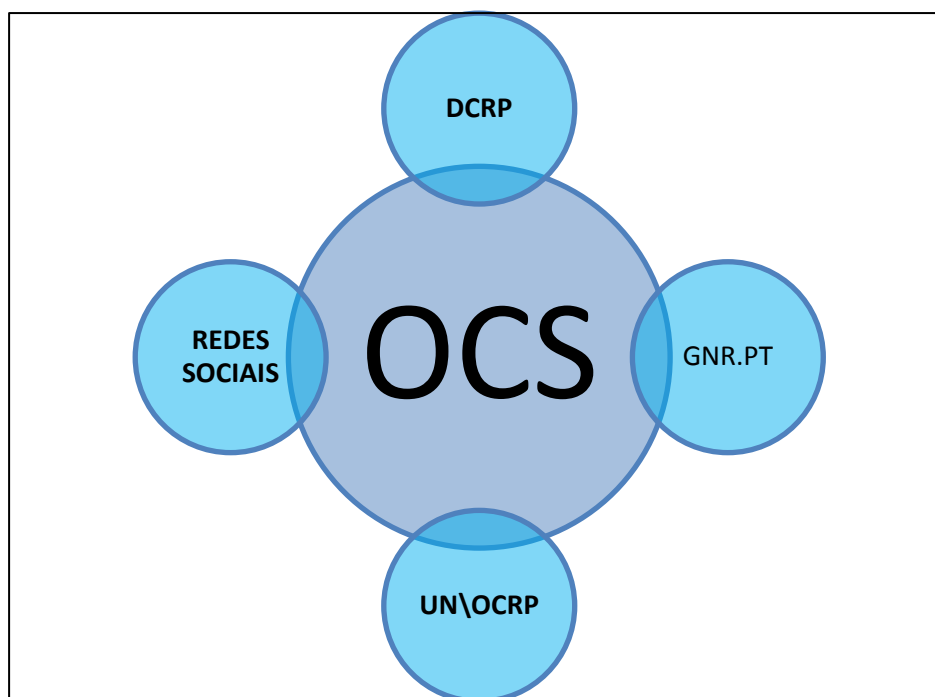


Figura 4-A Comunicação

Fonte: Adaptado de GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

Importante referir que a GNR sempre que entra em contacto com os OCS envia um comunicado de imprensa, no entanto reforça sempre o contacto através do telemóvel, sendo um contacto mais direto e que leva a mais objetividade e menos erros. Hoje existe uma vasta quantidade de OCS, isto é, jornais, rádio, internet, televisão, entre outros. A GNR, atualmente tem-se direcionado mais para as televisões pois são a melhor forma de fazer chegar a mensagem pretendida a mais pessoas. Já o ditado dizia, “uma imagem vale por mil palavras”, e a Guarda no último ano aumentou muito o tempo de antena na televisão, fato este que ilustra bem a aposta forte que foi feita. **Ver figura 5**

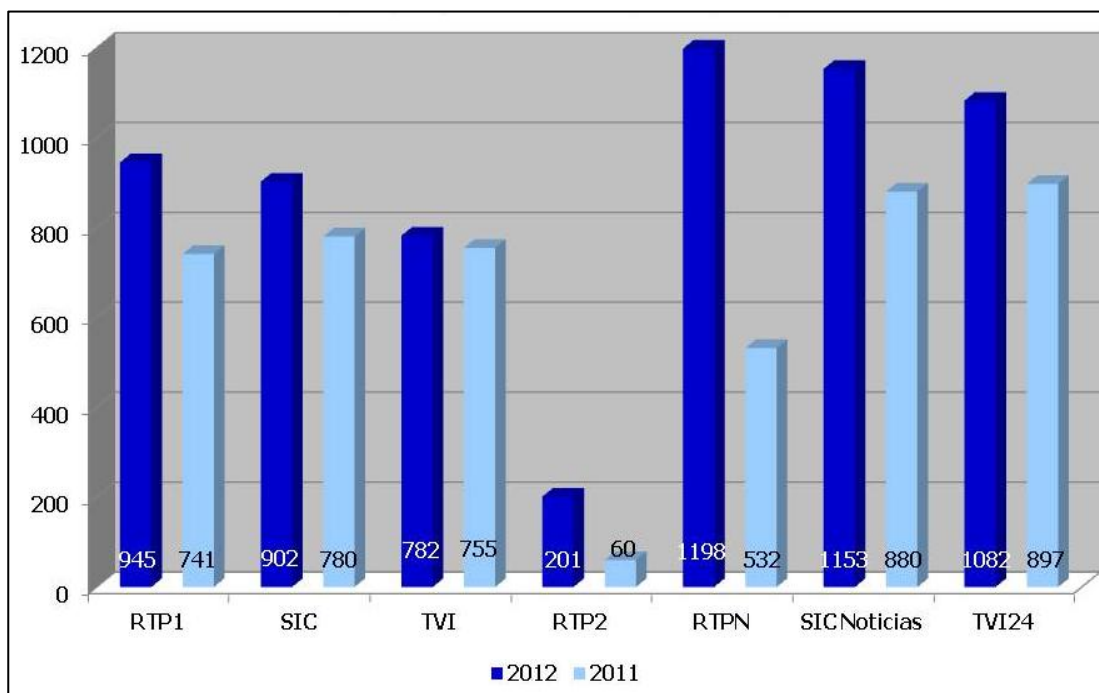


Figura 5-Total de tempos de emissão por canal de televisão

Fonte: GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

4.3.5 Como se reflete a visibilidade da GNR nos vários OCS?

A resposta a esta questão baseia-se no Relatório Anual da Divisão de Comunicações e Relações Públicas de 2012. Este Relatório tem como finalidade fazer uma análise de Imprensa e Televisão, caracterizando deste modo a imagem institucional da GNR durante o ano de 2012, tal como ela é apresentada na Imprensa de âmbito nacional e na televisão.

A sua elaboração baseia-se na classificação de notícias em Positivas (se do seu conteúdo resulta uma boa impressão sobre a ação da Guarda Nacional Republicana e/ou dos seus elementos), Negativas (se do seu conteúdo resulta uma menos boa impressão) ou Neutras (se do seu conteúdo não resulta qualquer juízo de valor).

De referir que para melhor identificação do impacto de cada notícia ou cada reportagem, são apresentados resultados de audiências respeitantes ao período em análise. Estes dados são do estudo levado a cabo pelo Bareme Imprensa⁷.

⁷ O Bareme-Imprensa é um estudo regular da MARKTEST, onde se analisam as audiências de jornais e revistas em Portugal Continental.

4.3.5.1 A Imprensa

Para este relatório foram analisados os jornais de distribuição nacional: os diários *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias*, *Público*, e *Jornal i*, os desportivos *A Bola* e *Record*, os gratuitos *Metro* e *Destak*, os semanários *Expresso*, *Sol*, *Diabo* e *Crime*, e as revistas *Visão*, *Focus* e *Sábado*.

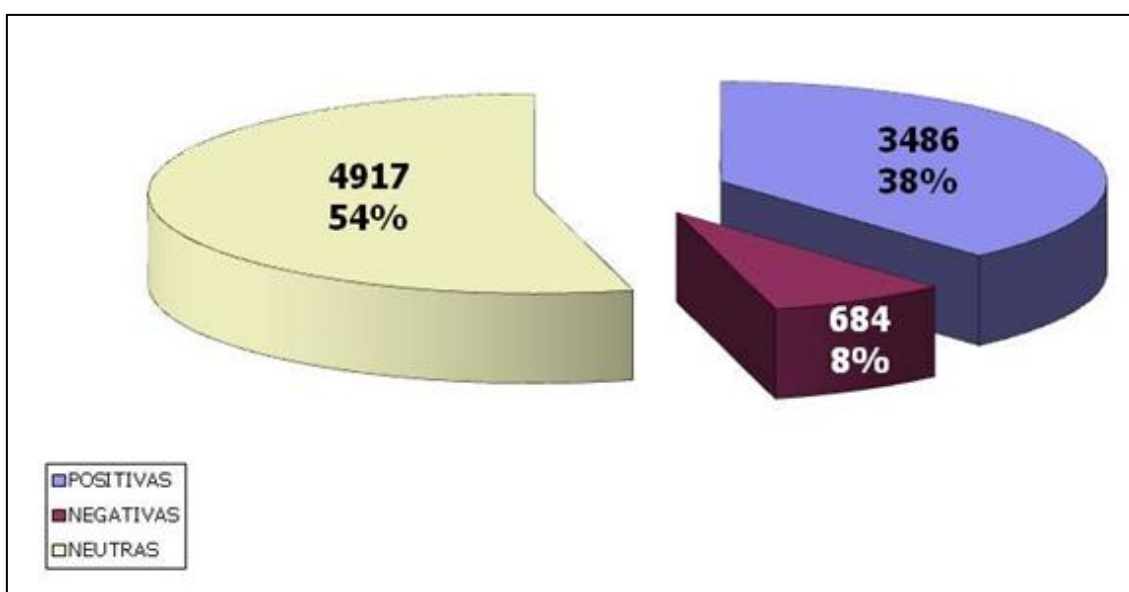


Figura 6-Imagem Institucional

Fonte: GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

Da análise efetuada podemos verificar que, durante o ano de 2012 em média, foram publicadas 757 notícias por mês (290 notícias positivas, 57 negativas e 410 neutras), 174 por semana (67 notícias positivas, 13 negativas e 94 neutras) e 24 notícias por dia (9 positivas, duas negativas e 13 neutras). **Ver figura 6**

Destes dados destacaria ainda os dados da imprensa detalhados por Jornais, onde podemos observar que das 9087 notícias publicadas sobre a GNR, em 2012, 54% são Neutras, contra 38% Positivas e somente 8% Negativas. **Ver Tabela 12**

Tabela 12-Imprensa Pormenorizada

	POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRAS	
CM	1673	42%	247	6%	2030	52%
DN	271	27%	102	10%	630	63%
JN	907	38%	152	7%	1308	55%
Público	77	24%	29	9%	218	67%
Bola	204	59%	26	8%	115	33%
Record	28	40%	3	4%	39	56%
Visão	2	10%	3	14%	16	76%
Focus	0	0%	1	100%	0	0%
R.Sábado	5	17%	2	7%	22	76%
Diábo	8	30%	5	18%	14	52%
Sol	14	19%	12	16%	49	65%
Crime	175	43%	51	12%	185	45%
Expresso	11	25%	7	16%	26	59%
Metro	15	41%	6	16%	16	43%
Destak	26	33%	8	10%	44	57%
Jornal i	59	26%	27	12%	141	62%
Diário Económico	9	17%	1	2%	43	81%
Jornal de Negócios	2	8%	2	8%	21	84%
TOTAIS	3486		684		4917	

Fonte: GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

Particularizando agora as notícias ao nível das unidades da GNR destacamos a Divisão de Comunicações e Relações Públicas, e o Comando Territorial do Porto como sendo os dois principais geradores de notícias, seguidos de perto por Setúbal, Lisboa, Braga e Faro. **Ver figura 7**

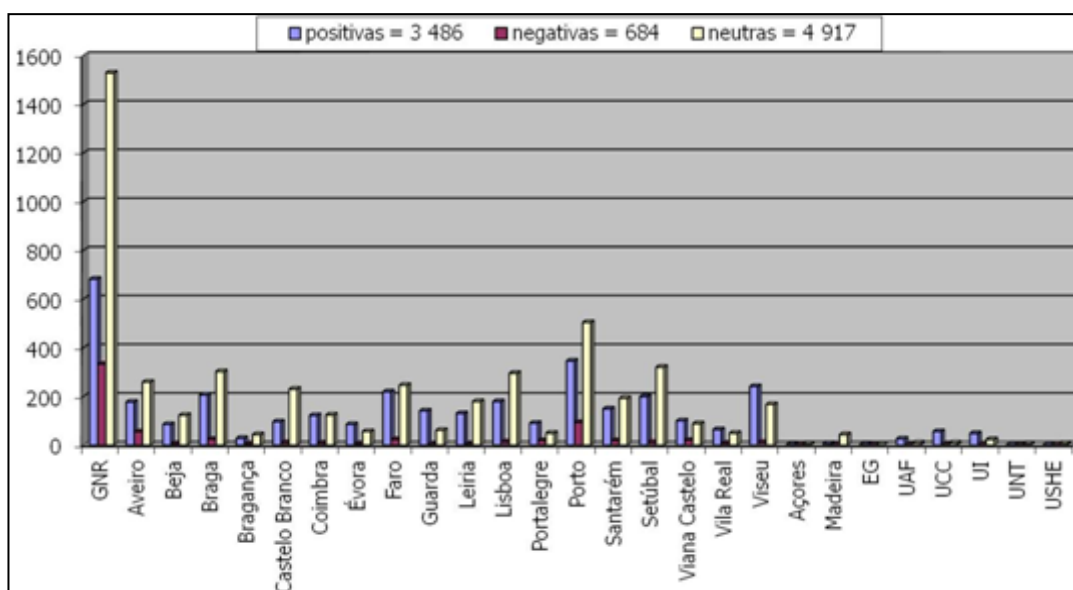


Figura 7-Distribuição por Unidades

Fonte: GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

4.3.5.2 A televisão

Os resultados referentes à televisão foram obtidos através da recolha e visionamento de reportagens televisivas alusivas à GNR. Em estudo estiveram a RTP1, a RTP2, a RTPN, a SIC, a SIC Notícias, a TVI e a TVI24.

A análise efetuada permite-nos ter uma percepção do número de reportagens que cada canal de televisão realizou sobre a GNR durante o ano de 2012 (dividido por semana/mês), bem como os tempos totais de emissão em cada semana, em cada mês e o total do semestre.

As 376 horas, 52 minutos e 56 segundos, diretamente relacionadas com a atividade da GNR, emitidas pelos sete canais analisados, correspondem a 15 dias, 01 hora, 58 minutos e 56 segundos de emissão contínua e sem interrupções. **Ver Tabela 13**

Tabela 13 – Tempo de Emissão de 2012

2012						
REPORTAGENS						
TEMPOS DE EMISSÃO						
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	TOTAL MÊS
JAN	149 6:14:33	138 4:27:57	52 3:08:22	103 10:37:03	0 0:00:00	442 24:27:55
FEV	85 6:22:13	118 8:24:07	99 5:09:09	183 14:10:16	0 0:00:00	485 34:05:45
MAR	156 8:41:59	154 10:59:33	66 4:13:42	87 7:00:22	88 4:43:31	551 35:39:07
ABR	240 8:53:21	126 4:41:07	83 4:37:04	193 11:22:48	0 0:00:00	642 29:34:20
MAI	59 2:01:51	71 2:49:54	141 7:34:06	87 2:50:44	74 6:15:41	432 21:32:16
JUN	126 9:24:54	144 7:25:06	24 1:56:55	54 3:42:26	0 0:00:00	348 22:29:21
JUL	46 3:04:51	119 6:29:30	232 18:32:38	122 6:58:31	0 0:00:00	519 35:05:30
AGO	184 11:22:43	146 9:32:13	162 6:34:28	149 6:53:27	102 4:19:39	743 38:42:30
SET	144 6:33:09	34 1:09:13	36 1:37:25	107 8:37:40	0 0:00:00	321 17:57:27
OUT	97 12:19:47	186 13:37:49	80 4:13:54	177 12:30:13	0 0:00:00	540 42:41:43
NOV	97 7:04:59	147 7:47:51	120 12:19:24	108 5:08:29	83 5:35:24	555 37:56:07
DEC	95 12:30:20	80 5:22:49	232 10:55:10	278 7:52:36	0 0:00:00	685 36:40:55
Total Ano						6263 376:52:56

Fonte: GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

Como podemos observar na **figura 8** os três canais por cabo estão ligeiramente acima dos restantes. No entanto o número de reportagens pode ser enganador quanto ao tempo de emissão.

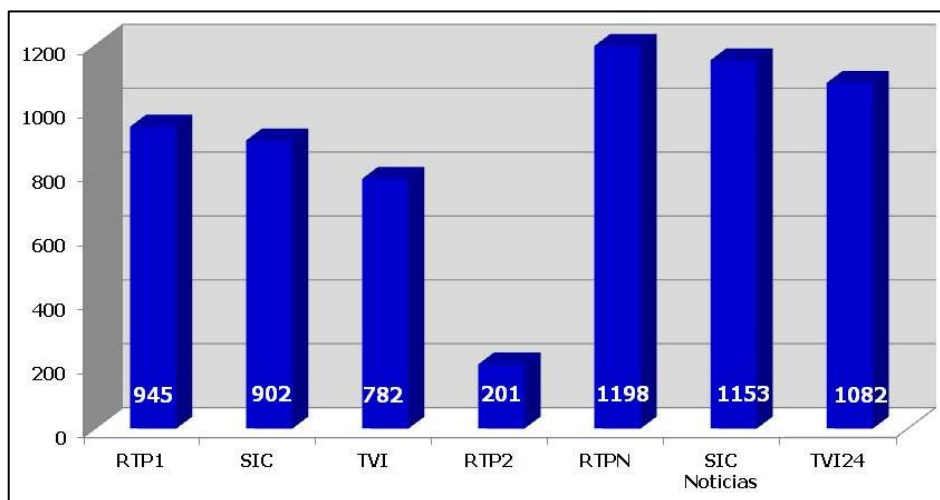


Figura 8-Total de Reportagem por Canal

Fonte: GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

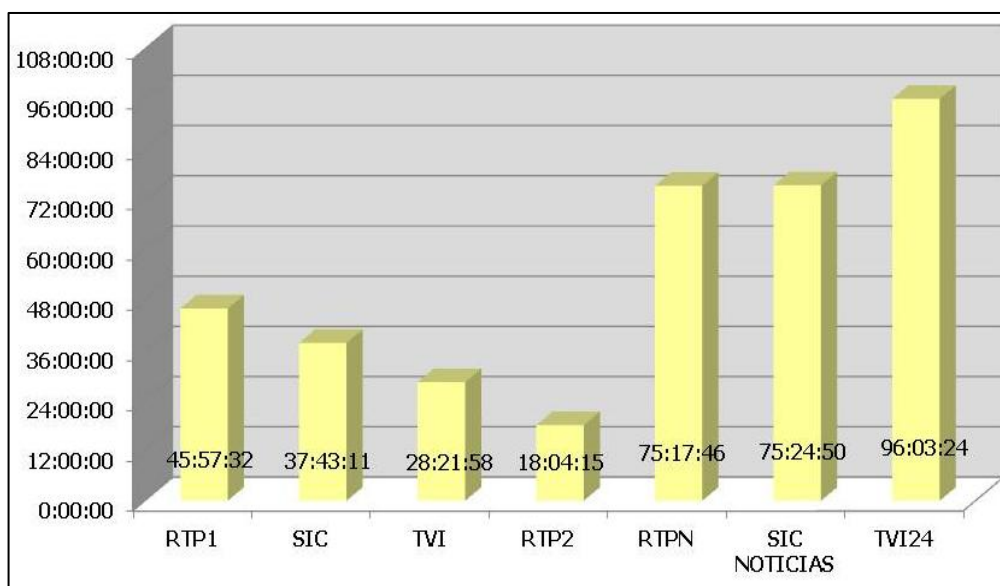


Figura 9-Total de Tempos de emissão por canal de televisão

Fonte: GNR (2013) Relatório Anual da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

Como podemos observar nesta figura, existe maior tempo disponibilizado por parte dos canais privados em detrimento dos públicos. Ver **figura 9**

Capítulo 5

Conclusões e Recomendações

5.1 Verificação das hipóteses

Desenvolvido o TIA, verificam-se agora as hipóteses inicialmente determinadas, (Capítulo 1).

Assim sendo no que respeita à primeira hipótese (H1): **Existem restrições por parte da GNR, aos seus militares, referentes aos procedimentos de interação com os OCS**, podemos constatar que foi parcialmente validada através das respostas obtidas às questões n.º 4 e n.º 5 das entrevistas realizadas e da análise ao ponto 4.2.3 do Capítulo 4. Apesar da 4ª questão revelar com clareza que atualmente existem diretivas que legislam toda a mecânica da GNR com os OCS, existe uma exigência do GCG que é, todos os contactos com os OCS são realizados através da DCRP. No entanto, devido ao grande volume de notícias que surgem todos os dias envolvendo a GNR, está estabelecido que, contactos com os OCS regionais são geridos pelas respetivas Unidades e os contactos com os OCS de dimensão nacional são feitos obrigatoriamente através da DCRP. Já através da 5ª questão, podemos observar que o contacto direto com os OCS não está cingido a apenas alguns elementos da GNR, o que se passa na realidade é que, sempre que existe algo planeado, uma entrevista por exemplo, existe uma escolha de um elemento da instituição para realizar esse contacto. Esta escolha é feita de acordo com a especificidade do tema a abordar. Quando surgem incidentes ou acidentes, situações pontuais não planeadas, os militares estão autorizados a prestar declarações no terreno, desde que as declarações não comprometam investigações futuras, caso as haja, ou a competência da resolução da situação não seja da GNR. Resumindo, os militares estão autorizados a informar os OCS da situação em concreto, respeitando os pontos indicados anteriormente, e poder dar conselhos e alternativas às pessoas, como por exemplo, em caso de acidentes rodoviários, podem dar alternativas às vias de trânsito que estão momentaneamente a ser inutilizadas.

Relativamente à segunda hipótese (H2): **Os militares da GNR não têm formação específica na área das Relações Públicas**, podemos verificar que é validada. Depois da análise do ponto 4.2.2 do Capítulo 4 e da resposta à 3ª questão das entrevistas

realizadas, é possível verificar que os oficiais da GNR têm uma formação base no CENJOR. Já os restantes militares do dispositivo, a nenhum lhe é dada qualquer tipo de formação a este nível.

A terceira hipótese (H3): **Os órgãos de comunicação social e a GNR estão em constante interação no seu dia-a-dia**, foi completamente válida, através da análise das questões n.º 6 e n.º 7 e da análise do conteúdo do ponto 4.2.4 do Capítulo 4. A GNR é uma fonte de informação, todos os dias a GNR é geradora de uma imensidão de notícias, devido à sua descentralização por todo o território nacional, 95%. Os entrevistados referem ambos que a GNR é fortemente procurada pelos OCS, no entanto, no dia-a-dia a GNR também procura muito estes órgãos para conseguir divulgação das suas atividades e das suas operações. A Guarda, hoje, não se limita a dar informações quando pedem, hoje a Guarda, tem uma postura pró-ativa. Os contactos entre GNR e OCS estão estabelecidos 24h sobre 24h, sempre através do telemóvel, um meio rápido e eficiente. Existe procura por parte dos OCS quando ocorrem acontecimentos imprevistos e verifica-se contacto por parte da GNR nas situações planeadas, isto é, atividades desenvolvidas e operações a realizar. Apesar de a GNR ser mais procurada pelos OCS do que o inverso, atualmente essa diferença é muito reduzida, e existe uma complementaridade e uma relação bastante próxima com os órgãos de comunicação social.

Na quarta hipótese (H4): **A GNR tem aumentado a sua visibilidade nos OCS**, a resposta às questões 9 e 10 das entrevistas e a análise de conteúdo ao ponto 2.4.5 do Capítulo 4 torna a hipótese totalmente validada. Ambos os entrevistados referem que a GNR tem muita visibilidade nos OCS. A GNR, tal como prova o último relatório anual da DCRP, tem trabalhado muito esta componente. Nos dados por eles apresentados é visível a grande aposta na Televisão, que de 2011 para 2012 quase duplicou o tempo de antena, e conseguiu-se manter uma relação estável com os jornais. A GNR privilegia a aposta na televisão pois é um meio que transmite ideias a larga escala e chega mais facilmente às pessoas. No entanto, ressalve-se aqui um ponto muito importante associado ao fato de muitas transmissões e muitas notícias, não serem sinónimo de notícias positivas ou transmitirem a ideia de uma boa imagem institucional. Existe uma destrição a fazer que se prende com o tipo de notícias, as positivas, as negativas e as neutras. Neste âmbito, a análise efetuada pela DCRP, mostra que no último ano 54% das notícias diárias foram neutras, 38% positivas e somente 8% negativas. Esta análise

vem elucidar na plenitude o trabalho que os elementos da DCRP vêm fazendo, trabalho este muito positivo, como podemos observar nos dados apresentados.

5.2 Cumprimento dos objetivos

O primeiro objetivo, **caracterizar em termos da estrutura orgânica da GNR a atividade das relações públicas e a sua missão**, foi alcançado.

Com a análise detalhada do trabalho verifica-se que, as relações públicas têm ao seu dispor um Núcleo de Apoio, constituído por 5 elementos, a quem lhes compete, assegurar o apoio administrativo às atividades da DCRP e as demais tarefas que lhe forem cometidas pelo chefe da divisão.

Existe também, uma Repartição de Relações Públicas e Protocolo, onde desempenham funções 9 militares, que são responsáveis por: Promover o desenvolvimento da imagem institucional e as atividades de relações públicas da Guarda; Coordenar a aplicação das regras e normas de protocolo nas cerimónias oficiais da Guarda; Garantir, em articulação com a DPERI, a ligação protocolar e de representação da Guarda a entidades estrangeiras; Conceber imagens em multimédia e fotografia para divulgação interna e externa e Assegurar a cobertura em multimédia das atividades da Guarda.

Por último, existe uma Repartição de Comunicação, constituída por 11 elementos, sendo estes responsáveis por Planear, coordenar e executar as atividades de informação pública; Planear, coordenar e realizar as atividades de comunicação interna; Coordenar o relacionamento dos diversos comandos da Guarda com a comunicação social; Recolher, processar, e analisar os elementos de informação divulgados pela Comunicação Social respeitantes à atividade da Guarda e Coordenar e executar a gestão e a atualização do portal da Guarda e das novas ferramentas de comunicação associadas à internet.

A DCRP tem ainda ao seu dispor os OCRP, oficiais que estão nas Unidades da GNR e que desempenham funções de RP e são o elo de ligação entre o terreno e a DCRP.

O segundo objetivo, **Identificar os procedimentos estabelecidos para a relação com os OCS**, foi também este alcançado.

A GNR e os OCS estão em ligação permanente, existindo uma relação de proximidade entre as instituições. Os OCS contactam a GNR para obter informação de quaisquer acontecimentos inopinados que possam surgir no dia-a-dia, por sua vez a GNR difunde informações para os OCS quando existem situações previamente planeadas. O contacto que é feito também é variável consoante a dimensão da informação e dos OCS envolvidos, isto é, situações de dimensão regional são tratados pelas Unidades através do OCRP e Comandante de Unidade, situações de dimensão nacional são da responsabilidade da DCRP.

O terceiro e último objetivo, **Averiguar a existência de eventuais problemas no relacionamento GNR/OCS**, pode dizer-se que também foi alcançado. Com a realização deste trabalho foi verificado que a GNR mantém uma relação profissional, cooperante e saudável com os OCS. A Guarda é uma força de segurança que vê com bons olhos o trabalho contínuo com estes órgãos, promovendo também ela atividades junto destes.

5.3 Resposta ao problema de investigação

Os media são elementos de formação, informação e persuasão da opinião pública. A instituição não pode ignorar as exigências dos públicos. Por mais esforço que exista, nenhuma técnica de relações públicas, publicidade ou marketing pode mascarar a essência de uma informação desfavorável.

A existência de uma relação próxima por parte da instituição com os media, sendo capaz de produzir iniciativas e cativar os OCS são uma fator de pró-atividade da GNR, que deste modo, pode integrar a agenda dos media e ver a sua imagem junto das sociedades ser bem-sucedida. A pró-atividade da GNR, no que respeita aos OCS, nunca poderá ser absoluta, pois a informação chega rápido aos media, sendo praticamente impossível filtrar e gerir todas as informações da sua área de responsabilidade, cerca de 95% do território nacional.

5.4 Reflexões finais

Na reta final deste Trabalho de Investigação Aplicada, e em jeito de reflexões finais, considera-se o trabalho desenvolvido pela DCRP e pelos OCRP das Unidades,

um trabalho de elevada importância visto ser a imagem da instituição e o sentimento de segurança das pessoas que está em jogo.

O bom uso destas plataformas comunicacionais, como são os OCS, possibilita projetar a GNR para um campo de força de segurança moderna, flexível e em sintonia com a mudança da sociedade atual. Permite chegar mais facilmente ao cidadão pela via comunicacional e ainda incrementar uma atitude pró-ativa para com a sociedade.

O bom relacionamento e o trabalho em sintonia com os OCS, deixando canais de comunicação abertos 24h por dia, facilitam a atuação das duas organizações.

5.5 Recomendações

Depois das reflexões finais, importa agora destacar algumas recomendações. Estas, além de inspiradas na temática deste TIA, têm em consideração a missão diária da GNR e ainda os princípios do que são os objetivos de um Estado de Direito democrático: Segurança, Progresso e Bem-Estar.

Deste modo destaca-se a iniciativa de verificar quais as reais necessidades do cidadão no que dita à obtenção de informação. Ou seja, estudar e saber aquilo que o cidadão pretende saber. Assim a GNR, através da potencialidade de partilhar informação seriada e filtrada nos OCS, alcança o pensamento do cidadão comum. Com esta atitude pró-ativa, a GNR potencia o incremento da satisfação do cidadão (Bem-estar), a sua colocação entre uma força de segurança moderna e no alcance de todos os públicos (progresso) e ainda intensifica o relacionamento a par da comunicação com a sociedade. Uma sociedade devidamente informada e em constante contacto com a sua força de segurança passará a sentir-se mais tranquila, confiante e num ambiente de seguridade (segurança). E se perceber as necessidades do cidadão é fundamental, não menos importante será perceber as necessidades internas, quer com isto dizer-se, visto a GNR ser uma fonte muito rica de notícias e estar constantemente sob o efeito CNN⁸, interessará que todos os seus elementos tenham formação sobre estas temáticas.

⁸Transmissão dos acontecimentos ao vivo de qualquer parte do Mundo.

5.6 Limitações

Com esta investigação há que destacar algumas limitações. Poder-se-ia ter feito mais entrevistas, para ter um panorama mais alargado, assim como, ter acompanhado o dia-a-dia de um oficial de relações públicas, para através da observação direta, se compreender melhor as rotinas. Outro ponto seria entrevistar também jornalistas, para recolher o ponto de vista da outra parte.

Por outro lado o período atribuído para a sua realização deveria ser subdividido pelo calendário anual de atividades do TPO. Deste modo o tempo seria o mesmo, mas muito mais rentabilizado. Destaca-se ainda que o trabalho de campo consome bastante tempo (na elaboração de entrevistas, sua transcrição e ainda a sua análise detalhada).

5.7 Investigações futuras

No que dita a propostas para futuros trabalhos, sugere-se um neste âmbito mas direcionado para os jornalistas. Procurar a opinião das pessoas externas á instituição e que diretamente ou indiretamente tratam estas temáticas, neste caso em concreto, os jornalistas que escrevem sobre os assuntos criminais. Deste modo poderia obter-se a realidade da instituição vista dos dois lados da questão e posteriormente compara-las.

Referências Bibliográficas

Livros

- AUSTIN, Claire (1993). As Relações Públicas Com Sucesso. Lisboa: Editorial Presença.
- BLAND, Michael (1981). Novo Manual de Relações Públicas. Lisboa: Editorial Presença.
- CAETANO, J. e Rasquilha, L. (2007). Gestão e planeamento da comunicação. Lisboa: Quimera Editores.
- CORREIA, Fernando. (2006). Jornalismo, Grupos Económicos e Democracia. Lisboa: Editorial Caminho.
- FAUSTINO, Paulo. (2007). Ética e Responsabilidade Social dos Media. Lisboa: Coleção media XXI.
- GUERRA, I. (2006). Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo: Sentidos e Formas de uso. Estoril: Principia Editora.
- KUNSCH, Margarida M. K. (1997). Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional.(5ª Ed.). São Paulo: Summus Editorial.
- LLOYD, Herbert e Peter (1985). Relações Públicas. Lisboa: Editorial Presença.
- PENTEADO, J. (1993). Relações públicas nas empresas modernas. (5ª Ed.). São Paulo: Pioneira.
- QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. (2008). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva.
- SARMENTO, Manuela. (2008). Guia Prático sobre a Metodologia Científica para a Elaboração, Escrita e Apresentação de Teses de Doutoramento, Dissertações de Mestrado e Trabalhos de Investigação Aplicada. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- SEBASTIÃO, S. (2009). Comunicação estratégica – as relações públicas. Lisboa: ISCSP. Coleção manuais pedagógicos.

SHULSKY, A. (1993). *Silent Warfare: Understanding the World of Intelligence*. (2ª Ed.). EUA: Brassey's.

SIMÕES, R. P. (1995). *Relações Públicas Função Política*. (2ª Ed.). São Paulo: Summus Editorial.

YIN, Robert (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. (2ª Ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Artigos, Teses e Congressos

CARVALHO, S. (2012). *A Assessoria Mediática na Guarda Nacional Republicana. Relatório Profissional apresentado com vista à obtenção do grau de Mestre*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

GARCIA, T. (2009). *O SEI como plataforma de apoio à análise de informações criminais*. Dissertação apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre. Lisboa: ISCPSI.

LEITÃO, José. (2000). *Sentimentos de Insegurança*. In *Revista Polícia Portuguesa*, nº125, p.6.

MEDEIROS, R. (2001). *Estudo Exploratório das Informações na Polícia de Segurança Pública*. Dissertação apresentada com vista à obtenção do grau de Mestre. Lisboa: ISCPSI.

MORGADO, C. (1998). *Informações e Segurança Interna*. In *Lusíada Revista de Ciência e Cultura*, p.85.

PEDROSO, Arménio. (2002). *Influência da opinião pública – e publicada – na definição e condução política dos assuntos de segurança e defesa nas sociedades democráticas*. Trabalho apresentado com vista à conclusão do Curso de Defesa Nacional. Lisboa: IDN.

SOUSA, Elsa. (1997). *As Relações Públicas e a Polícia*. In *Revista Polícia Portuguesa*, nº108, p.15.

Documentos da Internet

- CLUZEL, Jean. (2004). Napoleon et Jefferson face a la Communication. Retirado: Abril, 11, 2013, de http://www.asmp.fr/fiches_academiciens/textacad/cluzel/napo_jefferson.pdf.
- CONÇALVES, D. (s.d.). Géneros Jornalísticos. Retirado: Junho, 04, 2013, de <http://www.cienciaviva.pt/healthxxi/news.asp>
- DELORS, Jacques. (2008). História da cidadania europeia. Retirado: Abril, 2, 2013, de http://www.eurocid.pt/pls/wsd/wsdwcot0.detalhe?p_cot_id=1917#bloco2.
- DIÁRIO DE NOTÍCIAS. (2010). A invasão dos marcianos, inventada por Orson Welles. Retirado: Maio, 19, 2013, de http://www.dn.pt/inicio/tv/interior.aspx?content_id=1525086&seccao=Media.
- ESCORREGA, L. (2010). A Segurança e os “Novos” Riscos e Ameaças: Perspetivas Várias. Retirado: Abril, 4, 2013, de <http://www.revistamilitar.pt/modules/articles/article.php?id=499>.
- INFOPÉDIA. (2003). Atitude Pró-ativa. Retirado: Maio, 06, 2013, de [http://www.infopedia.pt/\\$atitude-pró-ativa](http://www.infopedia.pt/$atitude-pró-ativa).
- INFOPÉDIA. (2003). Atitude Reativa. Retirado: Maio, 06, 2013, de [http://www.infopedia.pt/\\$atitude-reactiva](http://www.infopedia.pt/$atitude-reactiva).
- JORNAL OFICIAL DA UNIÃO EUROPEIA (2010). Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia. Retirado: Abril, 2, 2013, de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:pt:PDF>.
- KOMNISKI, Isabelle. Dutra, Laís. Cramer, Marcus. Pessoa, Paola. Maia, Taissa. (2012). Da Acta Diurna á era Digital. Retirado. Abril, 7, 2013, de <http://www.slideshare.net/LDutra20/meios-e-linguagens-jornal-14351905>.
- LANDOLT, George. (s.d). Powers of Communication. Retirado: Maio, 09, 2013, de <http://whistorian.webs.com/communication.htm>.

- LOBO, Luís. (s.d). O que faz do acontecimento a "notícia"? – Notas para uma teoria da produção de "notícias". Retirado: Maio, 27, 2013, de <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224257283R1eQI5es9Qw39LO3.pdf>.
- RASQUILHA, Luís. (2006). Comunicação – O que é? Retirado: Julho, 23, 2013, de <http://comunicacaomarketing.blogspot.pt/2006/02/comunicao-o-que.html>.
- REBOREDO, N. (2010). A evolução do conceito de segurança e as implicações nas operações militares no séc. XXI. Retirado: Março, 11, 2013, de http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/1121/1/BE_Roboredo%202010.pdf.
- REIS, J. (2000). Cidadania na escola: desafio e compromisso. Retirado: Abril, 2, 2013, de http://www.apgeo.pt/files/section44/1227091905_Inforgeo_15_p113a124.pdf.
- RELATÓRIO ANUAL DE SEGURANÇA INTERNA (2011). Retirado: Abril, 2, 2013, de <http://www.dn.pt/DNMultimedia/DOCS+PDFS/relatorio.pdf>.
- ROMERO, M. (2007). Cidadania. Retirado: Abril, 2, 2013, de <http://www.ifl.pt/private/admin/ficheiros/uploads/3f566db3314e7560c7662a8bf4a1d5b6.pdf>.
- SANTOS, Dora e GONÇALVES, Paulo. (s.d). Géneros Jornalísticos. Retirado: Maio, 26, 2013, de <http://www.cienciaviva.pt/healthxxi/news.asp>.
- SILVA, N. (2010). Cidadania e Segurança: Uma Análise Prospetiva. Retirado: Março, 11, 2013, de http://www.segurancaedefesa.org/conteudo/congresso/ICNSD_4H_texto_pdf_nuno_parreira_silva.pdf.

Legislação e documentos Institucionais

Academia Militar (2011). Norma de Execução Permanente nº 520/DE, de 30 de junho de 2011.

Despacho 9634/2011, de 19 de julho, do Comandante-Geral da GNR

Lei n.º 63/2007, de 6 de Novembro;

Regulamento Geral do Serviço da Guarda Nacional Republicana.

Constituição da Republica Portuguesa: Lei Constitucional nº1/2005 de 12 de Agosto

Diário da República nº155/05, 1ª série. Assembleia da República.

Lei de segurança Interna: Lei n.º 53/2008 de 29 de Agosto. Diário da República nº167/2008, 1.ª série. Assembleia da República.

Lei orgânica da GNR: Lei n.º 63/2007 de 6 de Novembro. Diário da República nº213/07, 1.ª série. Assembleia da República.

Apêndices

Apêndice A
Guião de Entrevista



ACADEMIA MILITAR

**A Guarda Nacional Republicana e os Órgãos de
Comunicação Social**

Ações reativas e pró-ativas da GNR perante os Media

Daniel dos Santos Matos

Orientador: Prof./Doutora Ana Romão
Coorientador: Major Gonçalo de Carvalho

Relatório Científico Final do Trabalho de Investigação Aplicada
Lisboa, Agosto de 2013

ENTREVISTA

A entrevista que se pretende realizar insere-se no âmbito de um Trabalho de Investigação Aplicada, tendo em vista a obtenção do grau de Mestre em Ciências Militares na especialidade Segurança – Ramo Guarda Nacional Republicana, subordinado ao tema — **Ações Reativas e Pró-ativas da GNR perante os Media.**

O estudo a elaborar tem como objetivo fulcral a consciencialização da importância de uma relação com a comunicação social, para a verificação da atualidade da Estratégia da Comunicação atualmente utilizada na Guarda Nacional Republicana, de forma a minimizar os impactos na sociedade com as mais diversas informações divulgadas no dia-a-dia.

A elaboração de entrevistas a pessoas designadas de especialistas na matéria visa, essencialmente, garantir validade científica. Deste modo o contributo do conhecimento e experiência das pessoas inquiridas revelam-se numa notória mais-valia para alcançar os objetivos propostos. Estas, além de contribuírem para dar resposta ao problema de investigação em causa visam igualmente enriquecer o seu conteúdo.

A atual entrevista consiste numa fonte de informação primária qualitativa em que o tipo de entrevista a utilizar será o semi-formal (visto que o inquirido responde às questões que constam no guião bem como de outros assuntos com a matéria relacionados). Esta será acompanhada de um guião de entrevista de modo a facilitar a interação da pessoa inquirida com as questões.

Agradecido pela sua colaboração.

QUESTÕES

1. Como é feita a coordenação entre as Unidades e a DCRP?
2. Como são seleccionados os elementos para chefiar as relações públicas?
3. Os chefes das relações públicas têm formação específica para a função? Por favor diga-me exactamente que tipo de formação (no âmbito militar? No âmbito civil?)
4. Existem diretivas e /ou restrições aos militares para lidar com os OCS?
5. Que elementos estão autorizados a prestar declarações para os media? Em que situações?
6. Normalmente, diria que são sobretudo os OCS a contactar a GNR para obter informações/declarações ou é sobretudo a GNR que contacta os OCS para divulgar acontecimentos/iniciativas?
7. Quando é a GNR a contatar os OCS, que vias utiliza?
8. De acordo com a sua experiência, pensa que a relação entre a DCRP/Comando e os OCS é hoje diferente do que era no passado?
 - 8.1 Se considera existirem mudanças, por favor diga-me se são positivas ou negativas e como se expressam?
9. Relativamente aos vários OCS: considerando a especificidade da televisão, da rádio e da imprensa escrita, tende a existir alguma relação privilegiada com certo tipo de OCS?
10. Na sua opinião, os OCS conferem visibilidade suficiente à GNR e à sua missão?

ATENCIOSAMENTE,

Daniel dos Santos Matos

Asp. GNR-Inf^a

Apêndice B1

Transcrição da Entrevista 1

Entrevista 1

Entrevistado: Costa Lima

Posto: Coronel

Cargo: Comandante Territorial de Évora

Local: Queluz – Escola da Guarda

Data e Hora: 24.06.13 às 11:00

ENTREVISTA 1

1. Como é feita a coordenação entre as Unidades e a DCRP?

A Divisão de Comunicação e Relações Públicas (DCRP) é, nos termos da legislação em vigor (aconselho a leitura da Lei Orgânica e Portarias e, principalmente, o Capítulo VI do Regulamento Geral do Serviço da GNR (RGSGNR), no que diz respeito à Divisão de Comunicação e Relações Públicas), a gestora de toda a comunicação institucional da Guarda Nacional Republicana. Como tal, tudo o que envolve as atividades de Comunicação, Protocolo e Relações Públicas deve, em abstrato, ter o sancionamento antecipado da DCRP.

Este relacionamento processa-se através da ligação direta e permanente entre os Oficiais de Comunicação e Relações Públicas das Unidades e a DCRP (ver artigos 109 e seguintes do RGSGNR).

Para facilitar a rapidez de resposta e a incidência da transmissão das mensagens institucionais associadas à imagem da GNR, está Superiormente determinado que, no caso da Comunicação, cada Unidade pode gerir diretamente, e sem necessidade de sancionamento prévio por parte da DCRP, tudo o que envolver órgãos de comunicação social (OCS) de âmbito regional ou local. Tudo o que envolver OCS de âmbito nacional ou televisões tem, obrigatoriamente, de ter o prévio sancionamento da DCRP.

2. Como são selecionados os elementos para chefiar as relações públicas?

Por ser um cargo de sua assessoria e subordinação direta, a escolha do Chefe da Divisão de Comunicação e Relações Públicas é da exclusiva responsabilidade do

General Comandante-Geral, pelo que não se julga possível interpretar os seus desígnios e opções de escolha.

Como em tudo na vida que carece de opção e de escolha entre um universo mais ou menos alargado, também este processo é um processo de carácter subjetivo. Contudo, o artigo 11º do RGSGNR, define as características julgadas como adequadas para o desempenho da função de oficial de comunicação e relações públicas:

Artigo 111.º

Oficial de comunicação e relações públicas

1 — O oficial de comunicação e relações públicas deve ser nomeado, sempre que possível, atendendo às características e perfil considerado adequado para o desempenho da sua função, nomeadamente ao nível curricular (formação profissional adequada) e pessoal (reconhecida capacidade de comunicação e imagem).

2 — Além dos requisitos necessários já enunciados, é essencial que o oficial de comunicação e relações públicas tenha perfeitos conhecimentos sobre a Guarda e a unidade onde presta serviço, com uma correcta noção da sua actividade e dos seus aspectos positivos e negativos, para que possa estabelecer um eficaz plano de actividades.

3 — Só com uma informação constante, objectiva, incisiva, curta e sistemática é que um oficial de comunicação e relações públicas pode desempenhar bem as suas funções, pelo que o comandante da unidade deve estabelecer os elos de ligação e coordenação necessários entre os diferentes sectores para que tal seja efectivo, real e eficiente.

3. Os chefes das relações públicas têm formação específica para a função? Por favor diga-me exatamente que tipo de formação?

Presentemente, todos os Oficiais que desempenham funções na área da Comunicação e Relações Públicas, têm na sua formação um ou mais cursos ou ações formativas relacionadas com a área. A formação mais regular, é a ministrada no Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR) onde os Oficiais da GNR recebem uma formação específica no âmbito da gestão da comunicação e do relacionamento com os Media.

Para além desta formação basilar, e dependendo e variando de militar para militar, são várias as especificidades de formação adquirida, quer a nível nacional, quer internacional.

A título de exemplo, registre-se que a primeira ação de formação efetuada pelo Colégio Europeu de Polícia – CEPOL – ao nível da gestão da comunicação “**Communication and Media Awareness**”, foi realizada no final do ano passado em Portugal, na Escola da Guarda e pela GNR, tal o reconhecimento que a nossa formação e capacidade tem junto dos nossos parceiros internacionais.

4. Existem diretivas e /ou restrições aos militares para lidar com os OCS?

Mais uma vez, aconselho a leitura do Capítulo VI do Regulamento Geral do Serviço da GNR, nomeadamente o artigo 112º, onde estão consignadas estas diretivas.

Contudo, julga-se importante destacar que, como princípio geral, cada um dos militares (e civis) da Guarda Nacional Republicana é um potencial relações públicas e um transmissor permanente da imagem e comunicação da instituição. Onde estiver um elemento da GNR está um potencial porta-voz da instituição.

5. Que elementos estão autorizados a prestar declarações para os media? Em que situações?

Mais uma vez sou forçado a remeter para Capítulo VI do Regulamento Geral do Serviço da GNR, nomeadamente os artigos 110º, 111º e 112º.

E mais uma vez, tal como na resposta anterior, insisto no conceito de que, em algum momento específico concreto, de urgência ou de emergência, independentemente das orientações e diretivas Superiores, onde estiver um elemento da GNR está um potencial porta-voz da instituição.

6. Normalmente, diria que são sobretudo os OCS a contactar a GNR para obter informações/declarações ou é sobretudo a GNR que contacta os OCS para divulgar acontecimentos/iniciativas?

Ambas as opções são válidas e permanentes, mantendo-se constantemente em execução. Contudo, se a opção estatística for a da contabilização de cada uma delas, pelo seu volume e variedade, são mais as vezes em que os OCS contactam a GNR.

Julga-se importante destacar que, tomando como referência apenas os OCS portugueses, presentemente, para além dos jornais, rádios, e tv's de âmbito nacional, são centenas os jornais, rádios e tv's de âmbito regional que, diariamente, de norte a sul do país, nos Açores e na Madeira, contactam com a nossa instituição na procura de um esclarecimento, uma resposta, uma forma de fazer notícia. Se a isso associarmos as plataformas associadas ao uso da internet, e especialmente às da web 2.0 (blogs e redes sociais), estamos a falar de uma imensidão de contactos permanentes e regulares ao longo das 24 horas de cada dia do ano.

7. Quando é a GNR a contactar os OCS, que vias utiliza?

Só a DCRP poderá fornecer dados estatísticos sobre o volume de cada via. É contudo seguro e importante afirmar que são utilizadas todas as formas presentemente à disposição dos utilizadores, sem qualquer preferência ou escolha privilegiada. Todos os canais são bons para comunicar.

8. De acordo com a sua experiência, pensa que a relação entre a DCRP/Comando e os OCS é hoje diferente do que era no passado?

A relação entre a DCRP e os OCS acompanhou a evolução que a nossa instituição tem sofrido ao longo dos anos. A sociedade portuguesa, o país e os seus cidadãos, não são hoje iguais ao que eram há 10, 15, 20 ou 30 anos. E quanto mais nos afastarmos no tempo, maiores as diferenças e as clivagens entre sociedades também elas evolutivas e adaptantes. Neste sentido, a GNR, como elemento integrante dessa sociedade, também ela é hoje diferente do passado. Não foi só a relação DCRP/ OCS que mudou, foi toda a sociedade onde estas instituições se inserem.

Posto este ponto como de partida, julgo poder afirmar-se que o esforço que tem sido feito para tornar a GNR cada vez mais uma força moderna, humana, próxima e de confiança, tem capitalizado dividendos no relacionamento presente com os públicos externos. Os OCS olham hoje para a GNR como uma instituição que pauta intransigentemente pela partilha da verdade, da informação correta, com rapidez e oportunidade.

Não tenho dúvidas em afirmar que, presentemente, os jornalistas portugueses que se relacionam regularmente com a GNR, têm de nós a melhor das impressões, colocando-nos, no que à sua área diz respeito, num patamar de excelência.

8.1. Se considera existirem mudanças, por favor diga-me se são positivas ou negativas e como se expressam?

Julgo que os comentários anteriores respondem a esta questão.

As mudanças são, a todos os títulos, muito positivas.

9. Relativamente aos vários OCS: considerando a especificidade da televisão, da rádio e da imprensa escrita, tende a existir alguma relação privilegiada com certo tipo de OCS?

Não, não existe uma relação privilegiada nem com o meio específico de difusão, nem com o órgão, nem com jornalistas em concreto.

A GNR trata todos por igual, independentemente do meio de difusão ou da dimensão do OCS. Tão importante é uma pergunta de um jornal escolar com uma tiragem de 100 exemplares, como a do jornal da noite da TVI ao domingo com mais de 1 milhão de espetadores. A GNR trabalha sempre da mesma forma dedicada e profissional com todos os seus interlocutores.

Contudo, na procura da difusão da mensagem, do esclarecimento ou da publicidade da missão, a GNR elabora uma estratégia de comunicação ajustada à dimensão de cada um dos OCS. E aí, existem situações em concreto em que são selecionados, a cada momento, situação e circunstância, o meio, o órgão e, às vezes mesmo o jornalista que, do ponto de vista institucional, resultará de forma mais eficaz.

10. Na sua opinião, os OCS conferem visibilidade suficiente à GNR e à sua missão?

Na minha opinião, sim!

Contudo, mais do que a minha opinião, são os dados estatísticos que o confirmam. Se for efetuada uma análise estatística regular ao universo das notícias que diariamente são emitidas pelos diversos canais de comunicação e, para termo de comparação for selecionado um outro organismo ou instituição de âmbito nacional, constatar-se-á que as notícias que referem a GNR assumem destaque e liderança nesse universo.

Por razões profissionais tive oportunidade de fazer esse acompanhamento durante alguns anos através de uma das maiores plataformas de monitorização de notícias – a CISION Monitor – e facilmente constatámos que a GNR era, em moldes regulares, a instituição, organismo, entidade nacional de referência com maior incidência regular (diária) de notícias.

A DCRP tem estatísticas regulares de monitorização das notícias sobre a GNR nas diversas plataformas – imprensa escrita, rádio, televisão e internet – que atestam estas minhas afirmações.

Apêndice B2

Transcrição da Entrevista 2

Entrevista 2

Entrevistado: Marco Ferreira da Cruz

Posto: Capitão

Cargo: Chefe Repartição de Comunicação da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

Local: Lisboa – Quartel do Carmo – Comando Geral

Data e Hora: 19.06.13 às 15:00

ENTREVISTA-2

1. Como é feita a coordenação entre as Unidades e a DCRP?

A coordenação é feita através dos OCRP das Unidades. Todas as secções de comunicação e relações públicas têm um oficial dedicado às relações públicas, sendo através deles que nós comunicamos. Vou dar-te um exemplo: existe um jornalista que contacta uma unidade para realizar uma entrevista, o OCRP contacta a DCRP que por sua vez comunica ao General Comandante. É o nosso General comandante que toma a decisão. Tomada a decisão a DCRP informa o OCRP da Unidade que é para avançar para coordenar localmente a entrevista. Portanto, a chave, o elo de ligação, entre a DCRP e as Unidades são os OCRP.

2. Como são seleccionados os elementos para chefiar as relações públicas?

As relações públicas são, como sabes, uma direcção na directa dependência do General comandante geral. Tem que haver, em primeiro lugar, uma relação de confiança entre o General-Comandante e o chefe das relações públicas. Este é um dos elementos e critérios que se aplica. A segunda tem muito a ver com a experiência que o oficial já demonstrou na sua carreira. Todos nós já tivemos alguma experiência na comunicação social, quer através da formação inicial, refiro-me aqui ao CENJOR, que todos os oficiais da GNR vão ao CENJOR ter aulas e fazer uma formação neste âmbito, quer ao longo das experiências profissionais. Aqui tem de haver uma distinção, que é: o ser-se bom tecnicamente e ser-se bom na comunicação. Existe muita gente que é boa tecnicamente, tem bons conhecimentos, mas tem limitações na área da comunicação, assim como há aqueles que não são tao bons tecnicamente mas têm facilidade em

comunicar. Aquilo que se pretende nas RP é alguém que comunique facilmente ou que consiga passar uma mensagem de uma forma que as outras pessoas possam compreender. Basicamente tem de haver uns requisitos, primeiro de tudo, tem de haver qualidades inatas às pessoas, segundo a experiência da pessoa tem que naturalmente servir para comunicar, depois é naturalmente a formação base e ser uma pessoa da confiança do GCG.

3. Os chefes das relações públicas têm formação específica para a função? Por favor diga-me exatamente que tipo de formação ?

O chefe das relações públicas não tem formação específica para o cargo. É o que te referi anteriormente, existe a formação base e depois a experiência que vão adquirindo ao longo da carreira.

4. Existem diretivas e /ou restrições aos militares para lidar com os OCS? (Tem de comunicar tudo ao Cmdt da Unidade| ou comandante Geral no caso da DCRP)

Sim, existem determinações do GCG. Todos os contactos com os OCS são feitos através da DCRP. No entanto, e num dia normal, a GNR tem 300 notícias, é muita informação, pelo que é quase impossível termos o controlo de tudo. O que está estabelecido é, apesar de não estar em protocolo, tudo o que é contacto com os OCS regionais são geridos pelas respetivas Unidades. Os contactos com os OCS de dimensão nacional são feitos obrigatoriamente através da DCRP, que remete para o GCG que vai autorizar ou não.

5. Que elementos estão autorizados a prestar declarações para os media? Em que situações?

Existem inúmeras situações, isto é, se for algo planeado, uma reportagem por exemplo, o chefe da DCRP escolhemos o oficial, um perito na matéria e que tenha qualidades ao nível da comunicação. Em casos pontuais, como são os casos dos acidentes, por exemplo, a política tem sido, sempre que possível e sempre que podermos falar sobre o acidente ou incidente os militares falam. O que deve ser feito é o

contacto direto com o OCRP. Devem por isso os militares fazer chegar ao OCRP que por sua vez transmite a DCRP, e com isto tudo, estaremos a falar num espaço de 5 minutos. Se assim for feito a DCRP poderá auxiliar dando indicações mais precisas sobre o que o militar poderá ou não dizer. Agora poderá surgir outra situação que é as situações da competência de outros OPCs, nessas situações, por regra não falamos.

6. Normalmente, diria que são sobretudo os OCS a contactar a GNR para obter informações/declarações ou é sobretudo a GNR que contacta os OCS para divulgar acontecimentos/iniciativas?

No dia-a-dia nós temos as operações de âmbito nacional como: Mercúrio, Baco, Hermes, seminários, eventos e iniciativas da Guarda, somos nós que procuramos os OCS. Naturalmente que os OCS nos procura para obter notícias mais específica, por exemplo: um ataque de um cão de raça perigosa, para obter estatísticas e dados do incidente. Eu diria que se não for 50/50, será 60% são eles que nos procuram e 40% nós.

7. Quando é a GNR a contatar os OCS, que vias utiliza?

Nós mandamos sempre o comunicado de imprensa, através de e-mail. No entanto, como o comunicado vai para as agendas, e porque entram nas redações muitos comunicados diariamente, contactamos sempre os jornalistas com quem já temos uma relação mais profunda para os alertar da informação do comunicado. Este contacto é sempre feito por telemóvel.

8. De acordo com a sua experiência, pensa que a relação entre a DCRP/Comando e os OCS é hoje diferente do que era no passado?

8.1 Se considera existirem mudanças, por favor diga-me se são positivas ou negativas e como se expressam?

Eu não posso falar muito do passado, uma vez que fui colocado na DCRP recentemente (um ano). Tenho a perceção que tem existido uma mudança na forma como hoje nos relacionamos com os OCS, uma vez que o número de notícias sobre a Guarda aumentou significativamente. Tudo o que é comunicação da guarda para o exterior aumentou. Outro sinal de mudança são naturalmente as redes sociais. O formato

digital veio dar-nos fragilidades mas também oportunidades para fazermos ações de divulgação da nossa atividade.

Não estou com isto a dizer que são melhores que antes, são apenas diferentes. Tem havido uma grande aposta no efetivo da DCRP, tentamos recrutar elementos que tenham alguma experiencia e sensibilidade nestas novas matérias (redes sociais), assim como aqueles que tenham alguma formação específica nestas áreas. Tentamos assim aproveitar e rentabilizar estes homens e mulheres. Isto para dizer, e resumindo, as coisas mudaram, o volume, a intensidade, a velocidade da informação obriga-nos a ser diferentes daquilo que eramos no passado.

9. Relativamente aos vários OCS: considerando a especificidade da televisão, da rádio e da imprensa escrita, tende a existir alguma relação privilegiada com certo tipo de OCS?

A Guarda, neste momento, aposta mais na Televisão, uma vez que este meio, para além de chegar a mais pessoas, utiliza a imagem. Um artigo de jornal, pode estar muito bem escrito, muito completo, muito rico, mas o que conta é a imagem. A imagem “vende”. Uma das provas que a Guarda tem apostado mais na Televisão é que quase duplicamos o nosso tempo de emissão nas televisões, mantivemos mais ou menos estáveis os jornais, mas as emissões nas televisões aumentaram significativamente.

10. Na sua opinião, os OCS conferem visibilidade suficiente à GNR e à sua missão?

Sim claro que sim. Nas diversas entrevistas e reportagem que termos feito temos reportado o trabalho meritório que os OCS têm feito. Nós aproveitamos muito os OCS para divulgarmos as nossas ações. Por exemplo, as operações de nível nacional, nós divulgamos o que vamos fazer e fiscalizar, para retirar um pouco a ideia da caça á multa. Tentamos fundamentalmente mudar as opiniões. Fazemos esse trabalho através das redes sociais e dos OCS. Pensamos que assim fazemos muita prevenção, pois nós através dos OCS conseguimos mais facilmente chegar á população. Os OCS são um veículo com um potencial muito grande e qualquer instituição que ignore os OCS está totalmente ultrapassada.

Anexos

Anexo A
Cartaz do *Uncle Sam*



Anexo B

Quadro Orgânico da Divisão de Comunicação e Relações Públicas

a) Inclui um condutor

Anexo C
Transcrição na parte que interessa do RGSGNR

Despacho nº10393/2010, de 22 de Junho – DR nº119 (2ª série)

Regulamento Geral do Serviço da Guarda Nacional Republicana

(...)

Capítulo VI

Artigo 111.º

(Oficial de comunicação e relações públicas)

1. O oficial de comunicação e relações públicas deve ser nomeado, sempre que possível, atendendo às características e perfil considerado adequado para o desempenho da sua função, nomeadamente ao nível curricular (formação profissional adequada) e pessoal (reconhecida capacidade de comunicação e imagem).
2. Além dos requisitos necessários já enunciados, é essencial que o oficial de comunicação e relações públicas tenha perfeitos conhecimentos sobre a Guarda e a unidade onde presta serviço, com uma correcta noção da sua actividade e dos seus aspectos positivos e negativos, para que possa estabelecer um eficaz plano de actividades.
3. Só com uma informação constante, objectiva, incisiva, curta e sistemática é que um oficial de comunicação e relações públicas pode desempenhar bem as suas funções, pelo que o comandante da unidade deve estabelecer os elos de ligação e coordenação necessários entre os diferentes sectores para que tal seja efectivo, real e eficiente.